

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

ЧЭНЬ Цянь

**Русскоязычные СМИ КНР: назначение, аудитория и тематическое
наполнение**

Профиль магистратуры – «Международная журналистика»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –
Доцент, кандидат политических наук,
Анна Сергеевна Смолярова

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КНР В ОТНОШЕНИИ РУССКОЯЗЫЧНОЙ АУДИТОРИИ	6
1.1. Россия как предмет освещения в СМИ КНР.....	6
1.2. Информационная политика КНР.....	20
ГЛАВА 2. РУССКОЯЗЫЧНЫЕ СМИ КНР: СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ.....	33
2.1. Русскоязычные СМИ в медиасистеме КНР.....	33
2.2. Определение миссии русскоязычных СМИ КНР.....	50
ГЛАВА 3. ТЕМАТИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ В КНР ..	61
3.1. Тематическая структура журналов «Китай» и «Партнеры».....	61
3. 2. Редакционная политика журнала «Китай».....	67
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	76
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	78
СПИСОК ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКОВ.....	80
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. КОДИРОВОЧНЫЕ ЛИСТЫ.....	84

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире все большую роль играют международные коммуникации, и сегодняшние средства массовой информации Китайской Народной Республики стремятся соответствовать новому месту и роли Китая в мире. В средствах массовой информации, адресованных зарубежной аудитории, Китай позиционирует себя как страну, близкую к тому, чтобы стать №1 в мировой экономике, страну, успешно вышедшую в космос и продвигающую свои грандиозные экономические проекты по всему миру.

В истории современной жизни китайского общества иностранные СМИ, в том числе выходившие на русском языке, сыграли важную роль в процессе развития китайской журналистики на стадии ее становления. Межкультурная коммуникация способствовала развитию социальных процессов, а также обладала огромным значением в истории китайской журналистики.

К российским читателям информация о Китае стала доступна уже в XVIII веке, появившись на страницах первой газеты Российской империи «Ведомости». Сегодня для русскоязычной аудитории в России и Китае выходят специально созданные журналы, призванные информационно поддерживать и сопровождать международное сотрудничество двух держав.

Несмотря на это, редакционная политика и тематическое своеобразие печатных СМИ на русском языке в Китае до сих пор изучены слабо. Целесообразно объединить усилия китайских и российских исследователей с целью совместного изучения истории и современной деятельности русскоязычных СМИ в Китае.

Актуальность темы, таким образом, заключается в том, что в последние годы в отношениях между Россией и Китаем наблюдается положительная тенденция, и политические, экономические и культурные связи между двумя странами становятся значительно теснее. В данных условиях русскоязычные СМИ КНР переживают интенсивное развитие. Появились русскоязычные газеты, журналы, радио, телевидение и разные виды Интернет-СМИ, которые

позволяют русскоязычной аудитории глубже и подробнее знакомиться с современным китайским обществом. Изучение миссии, аудитории и тематики журналов русскоязычных СМИ КНР представляется необходимым и целесообразным.

Цель данной работы – выявить особенности информационной политики КНР в отношении современных русскоязычных СМИ КНР.

Для достижения цели предполагается решение следующих **задач**:

- определить особенности глобальной коммуникации в XXI веке,
- описать характер иновещания в КНР в рамках геополитического подхода;
- провести обзор русскоязычных средств массовой информации КНР;
- проанализировать характер аудитории русскоязычных СМИ КНР;
- определить специфику журналов «Китай» и «Партнеры», их место в системе современных СМИ КНР;
- проанализировать тематическое наполнение журналов «Партнеры» и «Китай».

Для решения данных задач нами использованы следующие **методы** исследования: описательный метод, контент-анализ, сравнительный метод.

Печатные СМИ КНР являются **объектом** исследования в данной работе. **Предметом исследования** выступает освещение Китая в изданиях, адресованных русскоязычной аудитории.

Эмпирическая база исследования – материалы журналов «Китай» и «Партнеры» в период с октября 2017 года до февраля 2018 года (номера 10-2017, 12-2017 и 02-2018).

Теоретической базой для написания работы выступили труды и монографии российских и китайских ученых и специалистов, занимающихся исследованием проблем международной журналистики, вопросами развития средств массовой информации Китая в XXI веке и своеобразием русскоязычных СМИ в Китайской Народной Республике: О.В. Монастыревой,

Н.И. Шишкина, Е.С. Бабкиной, Т.Н. Лобановой, Е.Г. Иващенко, Д.П. Гавры, С.Б. Никонова и других.

Новизна работы заключается в том, что тематическое наполнение русскоязычных СМИ Китая изучается с точки зрения информационной политики КНР.

Структура диссертационной работы соответствует поставленным целям и задачам и включает в себя введение с обоснованием актуальности выбранной темы, основную часть, состоящую из трёх глав, заключение, список литературы и приложение с материалами контента-анализа.

Глава 1. Информационная политика КНР в отношении русскоязычной аудитории

1.1. Россия как предмет освещения в СМИ КНР

Коммуникацией называется процесс передачи информации. Межъязыковая коммуникация – это средство общения людей различных наций и народов. Это понятие является синонимом «межкультурной коммуникации», так как язык – это часть культуры, уклада жизни, быта и традиций¹. Вслед за А.П. Садохиным мы будем понимать под межкультурной коммуникацией «особую форму коммуникации двух или более представителей различных культур, в ходе которой происходит обмен информацией и культурными ценностями взаимодействующих культур»². Ученый отмечает, что данный вид коммуникации требует знания не только иностранных языков, но и «материальной и духовной культуры другого народа, религии, ценностей, нравственных установок, мировоззренческих представлений и т.д., в совокупности определяющих модель поведения партнеров по коммуникации»³.

В нынешнее время люди независимо от страны проживания и материка общаются друг с другом письменно или устно. Межкультурная коммуникация сопровождает отношения разных типов: бизнес-партнерство и туризм; спортивные соревнования и научные конференции, государственные и военные переговоры, обмен опытом и общение между друзьями⁴. Чтобы межъязыковая коммуникация состоялась, носители различных народов

¹ Межъязыковая коммуникация [Электронный ресурс], режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/11840-mezhyazykovaya-kommunikaciya> (дата обращения: 09.10.2017)

² Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М.: Высшая школа, 2005. С. 95.

³ Там же.

⁴ Межъязыковая коммуникация [Электронный ресурс], режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/11840-mezhyazykovaya-kommunikaciya> (дата обращения: 09.10.2017).

должны владеть хотя бы одним общим языком, которым чаще всего становятся английский, китайский, испанский, арабский, немецкий, французский, русский языки. Китайский язык стремительно продвигается вперед, и, по прогнозам лингвистов, совсем скоро выйдет на первое место.

В настоящее время Китай является крупнейшим торговым и стратегическим партнером России. Анализ и мониторинг ключевых событий и тенденций развития российско-китайских отношений указывают на сохраняющуюся взаимную заинтересованность в двустороннем сотрудничестве в различных сферах экономики и постоянном углублении межкультурных коммуникаций.

Однако кризисные явления, новые экономические вызовы, негативные тенденции в торгово-экономическом сотрудничестве усложнили систему двустороннего взаимодействия, которая требует новых, новаторских подходов к построению экономических связей. На данный момент существуют большие надежды на то, что двусторонние усилия, направленные на расширение и углубление российско-китайских экономических связей, окажут благотворное влияние на все аспекты будущего сотрудничества⁵.

Китай и Россия являются ключевыми странами с развивающимися рынками и важной силой для охраны мира, безопасности и стабильности на планете. Международное сообщество все больше внимания уделяет развитию КНР и России в различных направлениях, и события в обеих странах часто затрагивают «нити души» мирового сообщества.

Такие обстоятельства требуют тесного сотрудничества между средствами массовой информации двух стран в целях укрепления международного общения и активного диалога с внешним миром, прежде всего, с тем, чтобы передать миру справедливый голос и позитивную энергию, создав альтернативную и правдивую точку зрения на действия мирового сообщества

⁵ Doing business with China. Новые горизонты делового сотрудничества: Россия – Китай // Ведомости. Практика. – [Электронный ресурс] <https://praktika.vedomosti.ru/events/China17> (Дата обращения: 06.03.2018).

в условиях современных социально-политических и экономических преобразований.

СМИ Китая и России, адаптируясь к новым тенденциям экономической глобализации и информатизации общества:

- укрепляют межкультурный обмен и сотрудничество на более высоком уровне;

- способствуют взаимному обмену опытом, чтобы сблизить людей и способствовать дальнейшему развитию китайско-российского стратегического партнерства.

Такое положение дел вполне естественно и отражено в последних тенденциях. Сотрудничество между средствами массовой информации Китая и России имеет прочную основу и обеспечивается регулярными механизмами.

С 2008 года Китайско-российский комитет по медиасотрудничеству Межправительственной китайско-российской комиссии по гуманитарному сотрудничеству провел восемь последовательных сессий в двух странах. Средства массовой информации двух государств организовали ряд событий, имеющих широкое общественное влияние и значительно усилив взаимопонимание и дружбу народов двух стран.

«У хорошего шахматиста впереди все движения», – говорит китайская мудрость. В сложной и нестабильной международной обстановке Китай и Россия рассматривают друг друга как приоритетных стратегических партнеров, а двусторонние отношения уже достигли беспрецедентных высот.

Взаимодействие средств массовой информации также является важным компонентом межгосударственных отношений. Ранее китайские и российские СМИ уже стали свидетелями крупных событий в гуманитарной сфере межгосударственных обменов, таких как «Годы Китая и России», «Годы китайского и русского языка», «Годы туризма», «Годы молодежи»⁶.

⁶ Взгляд из Китая: новый этап сотрудничества СМИ Китая и России // РИА Новости. Россия сегодня. Информационно-политический портал. – [Электронный ресурс] <https://ria.ru/analytics/20150624/1084992693.html> (Дата обращения: 05.03.2018).

Президент Си Цзиньпин, который находился с визитом в России, и президент России Владимир Путин совместно объявили, что Китай и Россия совместно проведут «Годы китайских и российских СМИ», которые приведут к сотрудничеству между КНР и российскими СМИ на межгосударственном уровне и поднимут его на новые стратегические высоты.

Проведение китайско-российского медиафорума знаменует собой медиасотрудничество двух стран на совершенно новом этапе. Китай и Россия, предлагая свои средства массовой информации, занимают особые места в глобальных СМИ. В контексте глубоких изменений в области международных СМИ успешный опыт, накопленный российскими СМИ в расширении своего влияния среди мировых СМИ, был поддержан китайскими коллегами и стал для них авторитетным.

В то же время китайские средства массовой информации также пытаются укрепить свои возможности в области международного общения, и все более четко заявляют о своей роли в международном сообществе. Взаимодействие и обмен полезным опытом между средствами массовой информации двух стран не только способствует их собственному развитию, но и способствует формированию разносторонней и сбалансированной архитектуры международных СМИ⁷.

В ближайшие годы средства массовой информации двух стран, используя возможности для проведения мероприятий в рамках «Медиагодов», сделают все возможное, чтобы обогатить двустороннее деловое сотрудничество новым содержанием, улучшить регулярный механизм сотрудничества и сделать медиавзаимодействие новым активным компонентом гуманитарного взаимодействия между Китаем и Россией.

Приспосабливаясь к динамике развития китайско-российского стратегического партнерства и долгосрочного сотрудничества, а также

⁷ Взгляд из Китая: новый этап сотрудничества СМИ Китая и России // РИА Новости. Россия сегодня. Информационно-политический портал. – [Электронный ресурс] <https://ria.ru/analytics/20150624/1084992693.html> (Дата обращения: 05.03.2018).

глобальным тенденциям мира и развития, средствам массовой информации Китая и России следует, на основе взаимного доверия и соблюдения принципа взаимной и общей выгоды⁸:

- постоянно обновлять методы взаимодействия и расширять сферы сотрудничества;
- осуществлять активные действия с позитивной и дружественной информацией;
- распространять голос объективности и справедливости на международной арене, чтобы сделать свой беспристрастный вклад в защиту международного сообщества.

Сегодня растущая роль КНР как глобального игрока на мировой арене очевидна. Благодаря быстрому экономическому росту современный Китай располагает большими ресурсами для решения своих геополитических и экономических интересов далеко за пределами Азиатско-Тихоокеанского региона. Пекин начал реструктурировать мировые реалии в соответствии с их интересами.

Есть признаки подъема и подъема Китая, которые, по-видимому, во многом спровоцировали геополитическую истерию лета 2014 года. Китайцы представлены миру под эгидой альтернативы однополярному миру: были определены союзники КНР, в основном, из союза БРИКС. Были подняты вопросы научной повестки дня для политологов, работников средств массовой информации, лингвистов и аналитиков: «Является ли гегемония Китая лучше, чем американская, и как Китай воспринимает Соединенные Штаты и Россию в свете событий 2014 года?»⁹.

⁸ Шадрина Е. Стратегическое партнерство России и Китая: перспективы развития // Центр стратегических оценок и прогнозов. – [Электронный ресурс] <http://csef.ru/ru/politica-i-geopolitica/416/strategicheskoe-partnerstvo-rossii-i-kitaya-perspektivy-razvitiya-5817> (Дата обращения: 06.03.2018).

⁹ Грачиков Е. Китай в мировой политике // Геополитика. – [Электронный ресурс] <https://www.geopolitica.ru/article/kitay-v-mirovoy-politike> (Дата обращения: 05.03.2018)

Еще в 2013 году Председатель КНР Си Цзиньпин во время своего визита в Россию отметил: «В условиях сложной меняющейся международной обстановки Китай и Россия должны активизировать свои усилия, с тем чтобы путем согласованного взаимодействия совместно с мировым сообществом преодолеть всевозможные угрозы и трудности»¹⁰.

Тема усиления двусторонних контактов доминирует в информационном поле обеих стран уже на протяжении нескольких лет, поэтому естественно, что отношения между российскими и китайскими средствами массовой информации также поступательно развиваются. В этих реалиях ведущие журналисты с обеих сторон задаются вопросами: «А как мы пишем друг о друге? Каким событиям придаем большее значение? Какие смыслы мы вкладываем?»

Говоря об образе России в информационном поле Китая и анализируя восприятие китайскими журналистами основных событий, связанных с Россией, необходимо в первую очередь обратить внимание на различия в журналистских традициях и практике КНР и Запада, которые имеют прямое отношение к культурным особенностям Китая.

Речь идет, прежде всего, о том, что первым бросается в глаза при прочтении материалов китайских СМИ, посвященных российской тематике: относительная безоценочность, часто воспринимаемая как индифферентность или непогруженность в тему. Для понимания китайской журналистской традиции рассмотрим утверждение в работе «24 иероглифа» Дэн Сяопина, гласящее, что во внешней политике Китаю следует «хладнокровно наблюдать», «вести себя скромно», «не претендовать на лидерство», «выжидать в тени» и «крепко стоять на ногах»¹¹.

¹⁰ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Доклад Совета по СМИ Российско-китайского комитета дружбы, мира и развития // РИА Новости. Информационно-политический портал. — [Электронный ресурс] <https://ria.ru/world/20170911/1499895001.html#1499908932> (Дата обращения: 05.03.2018)

¹¹ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Доклад Совета по СМИ Российско-китайского комитета дружбы, мира и развития // РИА Новости. Информационно-

Глава бюро газеты «Гуанмин жибао» в Москве Ван Цзябо так поясняет сдержанность китайских корреспондентов в оценке, например, отношений между Западом и Россией: «Осторожность, с которой китайские СМИ подходят к этим вопросам, связана с национальным характером. Если китайцы замечают ошибки, недостатки собеседника или какие-либо другие не очень приятные моменты, связанные с ним, то стараются не высказывать никаких замечаний и наблюдать. Таков китайский национальный характер. А когда речь идет о политике и международных делах, в Китае традиционно принято быть еще более осторожным».

Другой важной особенностью китайского медиаполя является его редкая для нашего времени независимость от информационного поля остальной части планеты, где СМИ уже давно впитали в себя основные плоды эпохи глобализации.

Китайские медиа традиционно держатся несколько обособленно от мировых мейнстримовых СМИ, в том числе, когда речь идет о России или о событиях, к которым она имеет прямое или косвенное отношение. Главное отличие здесь – стилистика подачи информации. Она подается в целом с уклоном в повествование и, за редким исключением, без однозначных оценок и очевидных акцентов.

Многие материалы в СМИ КНР характеризуются и большей объективностью по сравнению с материалами их западных коллег. Китайские журналисты стараются привлекать к дискуссии несколько сторон – российских, китайских, зарубежных экспертов.

В Докладе Совета по СМИ Российско-китайского комитета дружбы, мира и развития проанализированы материалы и публикации за 2014 – 2016 год и выделены две группы ключевых тем, на которые было направлено основное внимание китайских СМИ за прошедший период¹²:

политический портал. – [Электронный ресурс]
<https://ria.ru/world/20170911/1499895001.html#1499908932> (Дата обращения: 05.03.2018).

¹² Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

1. Сферы взаимных интересов России и Китая. Внимание СМИ к этой теме росло по мере того, как усиливалось взаимодействие между РФ и КНР.

2. Внешний контур деятельности Российской Федерации. Подробно освещаются взаимоотношения с Западом, ситуация на Украине, санкции и российские контрмеры, противостояние России и НАТО, российское вооружение, борьба с ИГИЛ и т.д. То есть те темы, внимание к которым особенно повышается в условиях нестабильности региональной и международной обстановки.

Как утверждает в докладе, «китайские СМИ видят в сближении двух стран взаимную политическую поддержку. У Китая есть ряд сложностей, связанных с позицией США по отношению к территориальным спорам Китая с союзниками Вашингтона. В то же время, санкции западных стран подтолкнули Россию к тому, чтобы больше не полагаться на ЕС и США, а искать новые возможности на Востоке».

Говоря о возможных разногласиях между Россией и Китаем, китайские СМИ сходятся во мнении, что принципиальных политических противоречий между странами нет. Если и возникают незначительные трения, то лидеры стран «общаются, очень быстро приходят к взаимопониманию и решают их», – уверен бывший Глава московского бюро газеты «Вэньвэйбао» Сунь Чаньдун.

В 2015 году многие китайские СМИ придерживались аналогичных позитивных настроений. Так, корреспондент «Жэньминь жибао» говорит о том, что «в настоящее время отношения между Китаем и Россией вошли в лучший период в истории и продолжают держаться на высоком уровне. Их отличительной особенностью являются принципы неприсоединения, отсутствия конфронтации и направленности против третьей стороны»¹³.

Похожее направление мысли продолжается и в более поздних публикациях. В том же издании приглашенный автор отмечает, что «слово «удобство» отражает текущее состояние российско-китайских отношений»¹⁴.

¹³ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

¹⁴ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

Далее, размышляя об основах, на которых зиждется столь крепкое взаимодействие, он выделяет несколько основных тезисов: «Во-первых, это взаимное уважение в политическом и экономическом плане, тесная координация в международных делах. Во-вторых, взаимопонимание: обе стороны полностью поддерживают друг друга в их ключевых интересах, они не препятствуют друг другу. И, наконец, самый важный пункт – расширение границ двустороннего сотрудничества»¹⁵.

Руководители бюро китайских СМИ в интервью признаются, что не хотят негативно влиять на российско-китайские отношения и поэтому зачастую умалчивают о некоторых межгосударственных проблемах, например, незаконной миграции, или трудностях, в частности, в российской экономике.

Таким образом, китайские СМИ по отношению к России настроены достаточно позитивно, стараются не затрагивать болезненные темы и больше информировать читателей о положительных сторонах российской жизни.

Основные тренды, описанные выше, сохраняются и в настоящий момент. Так, в июне 2016 года внимание всех китайских СМИ было приковано к визиту Владимира Путина в Китай, который был приурочен к 15-летию подписания Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между РФ и КНР, а также 20-летию установления отношений стратегического партнерства и взаимодействия.

Событие освещалось преимущественно в положительном ключе, в большинстве публикаций акцент делался на высокую результативность встреч не только первых лиц, но и членов представительной российской делегации (более 200 человек) с китайскими партнерами. Китайские журналисты высоко ценят подписанные в ходе визита документы, в частности, совместное заявление об укреплении глобальной стратегической стабильности, заявление о взаимодействии в области развития сотрудничества в информационном пространстве¹⁶.

¹⁵ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

¹⁶ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

По мнению корреспондента «Жэньминь жибао», «подписание трех документов о сотрудничестве столь высокого уровня за одну встречу—редкость в современной международной практике. Это еще раз доказывает, насколько близки отношения между Россией и Китаем на современном этапе и насколько совпадают позиции двух стран [по основным международным вопросам]»¹⁷.

Наибольшее внимание китайские СМИ ожидаемо уделяют двум аспектам визита: политическому и экономическому. В первом случае всячески подчеркивается влияние визита на международные отношения, а именно важность отношений двух держав для всего мирового порядка. Тональность статей - позитивная, большинство выводов – оптимистичные.

Журналисты отмечают, что Россия и Китай, выразив в очередной раз приверженность принципам международного права, оказывают положительное влияние на международные отношения и, с одной стороны, «обеспечивают гарантию соблюдения мирового баланса сил»¹⁸, а с другой, способствуют созданию нового мирового порядка, «основанного на взаимовыгодном сотрудничестве»¹⁹.

Если говорить об экономическом аспекте, то хотя китайские медиа и придерживаются общего политико-культурного принципа «теплые отношения в политике, но прохладные в экономике», в публикациях наблюдается гораздо больший оптимизм, чем обычно²⁰.

Центральное место в материалах китайских СМИ о России логично занимает Президент Российской Федерации Владимир Путин, завоевавший

¹⁷ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Доклад Совета по СМИ Российско-китайского комитета дружбы, мира и развития // РИА Новости. Информационно-политический портал. – [Электронный ресурс] <https://ria.ru/world/20170911/1499895001.html#1499908932> (Дата обращения: 05.03.2018).

¹⁸ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

¹⁹ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

²⁰ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

«умы и сердца русского народа, который не будет участвовать в «цветных» революциях даже при ухудшении ситуации в стране»²¹.

В целом на основе анализа общей тональности статей можно сделать вывод о том, что китайские СМИ абсолютно позитивно относятся к Владимиру Путину, а лидеры двух государств, по их мнению, заинтересованы в развитии стабильных дружеских и равноправных отношений, основанных на взаимной поддержке и доверии.

Говоря о так называемом «развороте России на Восток», китайская пресса обходится без громких эпитетов. С одной стороны, бывший глава московского бюро газеты «Вэньвэйбао» Сунь Чаньдун полагает, что «в отношениях России и Китая существуют только тенденции к улучшению, никто не хочет портить отношения, это не соответствует интересам двух стран».

Однако многие специалисты скептически смотрят на практическую реализацию «разворота России на Восток» и отмечают его декларативный в значительной мере характер. Ряд экспертов, например, Андрей Дикарев, ведущий научный сотрудник Центра исследований Восточной Азии и ШОС МГИМО, рассматривает «разворот России на Восток» в качестве некоего лозунга и отмечает, что китайская сторона «не очень довольна темпами разворота на Восток в конкретном воплощении».

Следует отметить, что некоторые представители китайских СМИ понимают эту формулировку как курс России на развитие инфраструктуры Дальнего Востока и отмечают, что развитие региона еще требует времени.

В свете активного развития российско-китайских двусторонних отношений особое место занимает проект экономического развития «Один пояс, один путь» – инициатива объединенных проектов создания «Экономического пояса Шелкового пути» и «Морского Шелкового пути XXI века»²².

²¹ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

²² Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

Ожидается, что данная инициатива будет способствовать укреплению российско-китайского двустороннего сотрудничества. Посол КНР в РФ Ли Хуэй отмечает, что «Россия является ключевым государством, без которого проект «Один пояс, один путь» не может быть воплощен в жизнь»²³.

Говоря об обсуждении в китайских СМИ экономической ситуации в России, стоит упомянуть мнение бывшего главы московского бюро газеты «Вэньвэйбао» Сунь Чаньдуна, который объясняет пристальное внимание СМИ к российской экономике тем, что «в ней происходят сильные скачки, а СМИ обращают внимание на резкие изменения в той или иной сфере».

Китайские медиа выражают обеспокоенность тем обстоятельством, что хотя Россия и Китай являются крупными экономическими партнерами, однако уровень торгово-экономического сотрудничества отстает от высокого уровня взаимопонимания в политическом диалоге. Директор Азиатско-Европейского бюро информационного агентства «Синьхуа» Фань Вэйго подчеркивает, что «Китай хочет видеть не только дружественную, но и сильную Россию, особенно в экономике».

Поскольку китайские журналисты не подвергают сомнению тот факт, что в политической сфере наблюдается безусловное взаимопонимание, есть необходимость обращать больше внимания на экономику и активнее освещать эту тему в СМИ.

В целом, если по общей линии стратегического партнерства наблюдается преимущественно положительная риторика, то в вопросах экономики ситуация несколько иная.

Говоря о вводимых Западом санкциях против России, некоторые китайские издания не исключают, что это может пойти на пользу стране. Так, журналист издания «Global Times» полагает, что «инициированные США санкции могут встряхнуть экономику России, выведя ее из газовой и нефтяной зависимости»²⁴.

²³ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

²⁴ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

Страна может воспользоваться создавшейся ситуацией, чтобы начать долгожданную повторную индустриализацию. «Если России действительно удастся избавиться от образа «заснеженной Саудовской Аравии и выстроить современную экономику, то русские должны быть благодарны администрации Обамы»²⁵.

Традиционно китайские СМИ уделяют пристальное внимание военно-техническому сотрудничеству России и Китая. Директор Азиатско-Европейского бюро информационного агентства «Синьхуа» Фань Вэйго отмечает, что по популярности «после Президента Владимира Путина второе место занимает тема вооружений».

В Китае интерес к данной теме крайне высок, поэтому многие издания намеренно выносят статьи, посвященные вооружению, на первые страницы. Особый интерес уделяется современной военной технике, к примеру, самолетам «СУ-35» и закупке их Китаем.

Важной и широко освещаемой темой в китайских СМИ стали прошедшие в сентябре 2016 года совместные военные учения «Морское взаимодействие» в Южно-Китайском море, которые проводятся с 2012 года и, как считают китайские медиа, «являются важной составной частью двусторонних отношений и отражают высокий уровень взаимного доверия и стратегического сотрудничества между двумя странами»²⁶.

В настоящее время военное сотрудничество между Россией и Китаем сохраняет стабильно хорошую динамику»²⁷.

Тема военной техники привлекает внимание СМИ Китая и в связи с беспокойной ситуацией в Южно-Китайском море. Военно-техническое сотрудничество стало не только важнейшим аспектом двусторонних отношений, но и той областью, в которой «Россия еще сохраняет некие конкурентные преимущества».

²⁵ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

²⁶ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

²⁷ Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Указ. соч.

Говоря о сотрудничестве России и Китая, журналисты отмечают большие перспективы в ряде областей, таких как инновации и высокие технологии, которые в итоге будут способствовать развитию проекта «Один пояс, один путь».

Таким образом, в информационном взаимодействии Китая с российскими партнерами сформировались устойчивые тенденции, связанные с направлениями сотрудничества двух стран и составляющие значительную часть в информационной политике Китайской Народной Республики. О ней речь пойдет в следующем параграфе.

1.2. Информационная политика КНР

Современная научно-техническая революция характеризуется внедрением информационных технологий во все сферы жизни: в политику, экономику, социальные отношения, повседневную жизнь. Вступление в информационную эру изменило общество, и государственным структурам приходится приспосабливаться к новой реальности во внутренней политике и на международной арене. Важной частью государственной деятельности стала информационная политика.

Информация является особым политическим ресурсом, умелое использование которого способно помочь обрести власть и влияние. Владение информацией становится механизмом, обеспечивающим взаимодействие между различными политическими и общественными группами. Развитая система информационных коммуникаций укрепляет государство, неразвитость информационно-коммуникационных обменов в конкретной политической системе неизбежно ослабляет власть государства, ведет к снижению адаптации его институтов к социальным изменениям, а в конечном счете способствует дестабилизации власти и общества²⁸.

Информационная политика – это деятельность государства, организации или индивидуума, направленная на реализацию своих целей и интересов посредством распространения информации в обществе. Информационная политика может быть государственной и негосударственной. В первом случае она направлена на защиту интересов государства, во втором – призвана «обслуживать или всецело обслуживать только интересы отдельных группировок, партий и даже отдельных личностей»²⁹. «Понятие «информационная политика» возникло в структуре знаний об информационном обществе, когда мир явился свидетелем процессов

²⁸ Галенович Ю.М. Девиз Ху Цзиньтао: социальная гармония в Китае. М.: Памятники исторической мысли. – 2006. – С.16-19.

²⁹ Попов В.Д. Информациология и информационная политика. М.: Изд-во РАГС–2005.

медиатизации политики, традиционные и новые СМИ превратились в основную среду функционирования политической коммуникации, а информация — в необходимый политический ресурс»³⁰. К направлениям современной государственной информационной политики Н.Н. Журавлева относит следующие: 1) разработку и реализацию информационно-коммуникативных стратегий (формирование договорной информационной концепции, объединяющей государственную и негосударственную линии их реализации); 2) нормативно-правовое обеспечение; 3) организационно-технологическое обеспечение (развитие сектора информационно-коммуникативных технологий)³¹.

Информационная политика государства связана с его историей, политической системой, социально-экономической обстановкой в стране. В данной параграфе рассмотрены основные этапы информационной политики Китайской Народной Республики, начиная с 1949 года – года образования КНР.

В послевоенный период страна прошла путь от становления народной демократии, образования и развития социалистического государства с тоталитарным политическим режимом до современного развитого государства с «китайской спецификой» – сочетания рыночной экономики с коммунистическим режимом. Особенности исторического пути КНР сказались на специфике информационной политики государства.

В проведении информационной политики, как и в любой другой сфере политики, можно выделить области деятельности государства: внутреннюю и внешнюю политику. В обеих областях инструментом идеологического воздействия государства на массы являются средства массовой информации. СМИ, находящиеся под контролем государства, как это было на всех этапах развития КНР, призваны распространять и усиливать положительные аспекты правительственной деятельности. Конституция КНР провозгласила право

³⁰ Журавлева Н.Н. Информационная политика государства по продвижению национальной культуры за рубежом. Автореф. дис. ... канд. полит. н. СПбГУ, СПб, 2008.

³¹ Там же.

граждан страны на свободу слова и печати. В области внутренней и внешней политики в информационной сфере КНР сочетает принципы демократии с некоторыми ограничительными мерами.

Изучение политики КНР в мировом информационном пространстве представляет особый интерес для исследователей вследствие превращения Китая в ведущую мировую державу и его усиливающемуся влиянию на мировую политику

Информационная политика Китая в 1950-60-е годы

В 1950-е годы при монопольной власти Коммунистической партии средства массовой информации являлись частью политической системы, подчинялись государственным органам и подвергались строгому контролю и проверке на предмет верности партии и ее институтам. Распоряжение 1953 года запрещало любую критику партийной верхушки со стороны партийных организаций и поставило масс-медиа всех уровней под контроль Центрального комитета партии.

Впервые национальная информационная политика была обозначена в документе под названием «План осуществления научной и информационной работы» в 1958 году. Осуществляя план, государство образовало несколько научных и информационных центров, создав таким образом информационную сеть.

Основными видами информационной деятельности в условиях единовластия Коммунистической партии Китая считались пропаганда и агитация. Пропаганда как основной вид односторонней коммуникации с общественностью была призвана показать величие партии и ее достижений. Лидер партии - Мао Цзэдун являлся центральной фигурой, вокруг которой строилась вся пропагандистская работа. Целевыми группами информационной политики являлось все население, начиная с дошкольного возраста. Средствами распространения информации являлись книги, фильмы, СМИ. Большая часть информационных материалов была посвящена жизни и деятельности Мао, которого пропагандистские материалы называли «Великим

кормчим», «Красным Солнцем», «Великим вождем» и т.д. Агитационные материалы призывали построить «10 тысяч лет счастья» при отказе от личной жизни во имя общественной. Партийная деятельность того времени является ярким примером тоталитарной информационной политики.

С 1949 года до конца 1970-х годов, во времена правления Мао Цзэдуна, основным направлением зарубежной информационной политики Китай считал страны социалистического лагеря и некоторые страны Азии, Африки и Латинской Америки, признающих социалистический путь развития. Распространяемая китайским агентством Синьхуа и его филиалами информация была строго политизирована и идеологизирована. Работа с зарубежными телеканалами, в основном, в коммунистических странах означала простой обмен документальными фильмами.

Изменения информационной деятельности КНР с конца 1970-х годов

Китайская система масс-медиа претерпела значительные изменения в эпоху реформ, которая началась после смерти Мао Цзэдуна и поворота страны к установлению рыночных отношений в конце 1970-х годов. Хотя Коммунистическая партия продолжала политику установления строгого контроля над СМИ, она была вынуждена модернизировать механизмы контроля в связи с изменениями в политической и социально-экономической жизни страны.

В Китае отсутствуют законы, непосредственно регулирующие деятельность СМИ; средства массовой информации действуют на основе ряда постановлений, распоряжений и указов. Законодательные нормы в данной области можно разделить на три степени: соответствующие статьи в законодательных документах; специальные нормы в отношении СМИ, принятые центральными административными органами; нормы и уставы о деятельности информационных органов, принятые на местах. Рыночные отношения проникли и в сферу масс-медиа. Государственная власть начала медленно приспосабливаться к новым условиям и к проникновению частного и иностранного капитала в сферу СМИ.

В 1990-е годы изменилась структура китайских СМИ: число партийных газет сократилось, число массовых газет – увеличилось. Самыми влиятельными видами СМИ в настоящее время являются радио и телевидение: их охват населения составляет 96,2 %. «По данным статистики, в Китае насчитывается 1932 телерадиостанции, 50 станций образовательного телевидения, 1979 телеканалов, в том числе более 590 тематических каналов (экономический, музыкальный, кино-канал, спортивный, детский и т.д.)»³².

Правительство продолжает политику жесткого контроля СМИ, полагая, что только таким образом «средства массовой информации могут более качественно и эффективно выполнять свои функции, способствуя формированию в стране развитого гражданского общества и правового государства»³³.

Ограничение свободы прессы лояльные к государству журналисты и большая часть общественности рассматривает как положительный фактор государственной информационной политики, направленный на защиту информационного пространства от непроверенных и лживых новостей. Они считают, что таким образом партия защищает себя и население от паники, критики и роста негативизма в стране, когда речь идет о наиболее острых проблемах в тех или иных сферах жизни. По мнению большинства китайских журналистов, политическое положение партии в стране зависит от журналистов и от их работы с населением.

Отдел пропаганды по-прежнему проверяет и контролирует работу СМИ, объясняя это необходимостью создавать единую картину положительного образа Китая 21 века. Деятельность Отдела распространена на контроль над

³² У Сюцзюань. Информационное обеспечение политики китайского руководства на рубеже XX-XXI вв. Автореф. дис. ... канд. полит. н. СПбГУ, СПб, 2010. С. 21.

³³ Чжан Сяокоу. Средства массовой информации и государственная власть// Век информации: СМИ и внешняя политика Китая: сб. науч. Статей № 4 (S1) / ред.-сост. Р. В. Бекуров, Ю. С. Данилова, С. Б. Никонов. СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014.

деятельностью иностранных журналистов в Китае; с этой целью был создан Офис зарубежной пропаганды.

В функции Отдела пропаганды входит определение содержания национальных новостей. Проверенные новости обычно распространяются через три контролируемые государством медийные компании: агентство новостей «Синьхуа», CCTV (Центральное телевидение), газета «Жэньмин Жибао».

Агентство «Синьхуа» («Китайская служба новостей») как официальное пресс-агентство правительства является самым влиятельным новостным агентством. Его штаб-квартира находится в Пекине. Во многих странах мира работают более 100 его корпунктов. Агентству принадлежит преимущественное право публикации официальных правительственных заявлений. Новости «Синьхуа» распространяются в 130 странах на шести языках: китайском, английском, русском, арабском, французском и испанском.

CCTV (Центральное телевидение Китая) – единственная правительственная сеть, состоящая из 19 каналов. Оно поддерживает деловые связи более чем с 250 телевизионными организациями из 130 стран мира³⁴.

В задачу Отдела пропаганды входит также регулирование подачи крайне чувствительных для восприятия населения новостей. К ним относятся: проблема Тибета, дипломатические отношения с Тайванем, сообщения о природных катастрофах, критика партийных лидеров и др.

Государственный Информационный центр (SCIO), созданный по образцу пресс-служб западных правительств, фактически является правой рукой Отдела пропаганды и управляет информацией о Китае, распространяемой за рубежом.

³⁴ Кошурникова Н. А. Особенности информационной политики современного Китая // Китай: история и современность : материалы IX междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 21–23 октября 2015 г. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2016. С. 279-284.

В начале XXI века, в связи с распространением интернета, в КНР был создан новый орган – Бюро управления информацией в интернете, присоединенный к SCIO. В стремлении создать новый имидж пропагандистской работе, Отдел партийной пропаганды был переименован в Отдел партийной гласности.

Хотя по конституции страны каждому гражданину КНР гарантируются демократические свободы, Отдел партийной пропаганды в 1990-е годы выпустил 69 правил и распоряжений, ограничивающие эти свободы. Ограничения в области масс-медиа касаются деталей в области цензуры, правил работы СМИ, ежегодных отчетов СМИ, штрафов за нарушение многочисленных правил и норм для журналистов, установления минимального тиража для печатных изданий.

Использование интернет-технологий и мобильной связи для осуществления информационной политики КНР

В 1986 году китайское правительство приняло «Программу по исследованию и развитию высоких технологий», в которой информационные технологии были признаны приоритетными. В соответствии с документом, доступ к интернету был обозначен как общенациональная цель. Национальная сеть коммуникаций должна соединить каждую городскую семью и сельских жителей для стимулирования экономического роста и подъема жизненного уровня населения.

Несмотря на активное внедрение интернета в стране, к началу 21 века китайские специалисты установили значительное отставание информационных технологий Китая от США. Они обратились к правительству с предложением обратить внимание на следующие аспекты: придание приоритета миникомпьютерам и микрокомпьютерам для удовлетворения запросов китайских интеллектуальных ресурсов; создание сети национальной коммуникации, передачи данных и мультимедийной информации; создание информационных служб, обеспечивающих потребности потребителей в стране и за рубежом. В результате принятых мер

«в июне 2008 г. Китай обогнал США и занял 1-е место в мире по числу Интернет-пользователей»³⁵.

В своем стремлении совершенствовать информационную политику правительство Китая применяет новейшие интернет-технологии: было разработано электронное правительство, интернет проник во все важнейшие отрасли экономики, политики и жизнеобеспечения. Китайские пользователи используют различные информационные ресурсы, включая государственные услуги, пользование библиотеками, осуществление виртуальных экскурсий в музеи мира, игры и развлечения. «Коэффициент распространения Интернета составил 42,6%, что несколько выше среднего мирового показателя (31,9%)»³⁶. Интернет в КНР властями рассматривается как орудие работы, получение полезной информации, а не как средство развлечения.

На первом этапе развития информационных технологий стратегия государства была направлена на использовании уже существующих технологий, развитых в западных странах и Японии, на втором этапе – создание собственных высокотехнологичных информационных центров.

Информационная политика на международной арене

Китайское правительство, понимая масштабы глобализации, чутко реагирует на изменения в мировых СМИ и старается модернизировать китайскую систему с целью стать частью мировой информационной системы. В качестве противовеса западным каналам КНР продвигает свои информационные каналы, занимая пустые или полупустые информационные пространства мира. Так, например, китайские СМИ увеличивают свое присутствие в развивающихся странах. Особую ценность китайским информационным каналам за рубежом придает та особенность, что КНР поддерживает свой нейтральный статус страны на мировой арене, не пытаясь продвинуть какие-либо ценности.

³⁵ У Сюцзюань. Указ. соч.

³⁶ Ван Сюй. Роль китайских СМИ в формировании политической культуры общества. Диссер. ... канд. социол. наук. СПбГУ, СПб, 2016.

Информационная политика КНР после реформ конца 1970-х годов по продвижению имиджа Китая за рубежом стала более активной. Традиционные методы пропаганды были заменены на современные средства распространения информации с использованием инновационных ресурсов. Это проявляется в появлении и развитии сети китайских печатных и электронных СМИ за рубежом.

Первоначальной целью китайских зарубежных информационных агентств было исправление негативного имиджа Китая после агрессивной внешней политики тоталитарного правительства и экономического спада в стране после «культурной революции». Кроме того, политика китайских властей подвергалась суровой критике после событий на площади Тяньаньмэнь, где в 1989 году были жестоко подавлены студенческие волнения. Агентства по пропаганде были преобразованы: в 1991 году был образован Информационный Центр при Государственном Совете. Оно стал выполнять функции отдела по международным связям с общественностью, продвигая позитивный имидж Китая на международной арене. Международные объединения Азиатско-Тихоокеанского региона, например, АТЭС, на основе регионального сотрудничества способствуют развитию в КНР информационного общества.

Правительство выделяет значительные средства на расширение китайских СМИ за рубежом. Например, в 2009 году было выделено около 45 млрд. юаней (примерно 6,6 млрд. долларов) на распространение информации о Китае в странах мира. «Группа крупнейших китайских медиа-компаний (медиахолдинг Цзефанжибао, Наньфанский медиахолдинг, телекомпания Дракон ТВ) планирует потратить миллиарды долларов на развитие (распространение) за пределами государства в рамках правительственных мероприятий по улучшению имиджа страны за рубежом»³⁷. Китайские каналы

³⁷ У Сюцзюань. Указ. соч.

ведут вещание на китайском и английском языках, центральное телевидение Китая CCTV начало вещание на русском языке³⁸.

Помимо активного продвижения китайских СМИ за рубежом, китайские бизнесмены с разрешения правительства КНР начинают покупать акции зарубежных СМИ.

В последнее десятилетие, в связи с появившимися в СМИ опасениями по поводу усиления влияния Китая в некоторых частях мира, Китай активно продвигает кампанию по позиционированию страны как сильной, но не использующей агрессивные методы ведения внешней политики страны. Акцент в этих PR-кампаниях делается на столько на экономической политике, сколько на продвижении культурных традиций и достижений. Результатом такой политики явилось увеличение количества школ и курсов, изучающих китайских язык за рубежом. Институты и классы, изучающие наследие Конфуция как части китайской культуры, науки и философии, основаны во многих странах мира.

Политика в области информационной безопасности

Бурное развитие информационных технологий в КНР остро поставил вопрос об информационной безопасности и защите данных. Вступление мира в эпоху информационных войн не обошло стороной Китай, сделав страну участником данного вида войн. США обвиняют Китай в организации и проведении хакерских атак на важнейшие учреждения мира.

Политику в области информационной безопасности правительства КНР можно разделить на две составляющие: внутреннюю политику, направленную на пресечение ложной, недостоверной информации через сети интернет, способной вызвать в стране напряженность или угрожать стабильности, и внешнюю политику, нацеленную на противодействие информационным войнам. Оба вида политики в области информационной безопасности должны также противостоять применению информационных технологий,

³⁸ Евдокимов, Е. В. Политика Китая в глобальном информационном пространстве // Международные процессы, 2011. Том 9, № 1. С. 74 – 83.

направленных на разрушение или нанесение вреда всей информационной системе или ее части.

Во внутренней политике применяется веб-цензура, осуществляемая в виде фильтрации запросов и контента и поощрение самоцензуры, получившей название «великой китайской веб-стены»³⁹.

Китайская цензура работает в Интернете с 2003 года; проект назван «Золотой щит». «Веб-страницы фильтруются по ключевым словам, связанным с государственной безопасностью, а также по «черному списку» адресов сайтов. Иностранные поисковые машины, работающие в Китае, включая Google, Yahoo, Bing, аналогичным образом фильтруют результаты поиска»⁴⁰.

В соответствии с правилами, изданными в 1994 году Госсоветом КНР, контролирующий орган может нейтрализовать любой ресурс, признанный вредным. «С 2006 г. в Китае начало свою работу специальное полицейское ведомство для контроля за интернетом. Интернет-полицейские призваны следить за содержанием сайтов, онлайн-форумов и социальных сетей»⁴¹.

Социальные сети, вызвавшие подозрения органов безопасности, блокируются. Хотя эти меры нельзя назвать достаточно эффективными, так как современные пользователи могут обходить блокировку, но агентства по безопасности проводят большую работу по их выявлению. Кроме того, создаются китайские социальные сети, аналогичные заблокированным зарубежным.

В 2000-е годы ограничения коснулись интернет-изданий: устанавливался контроль над содержанием контента.

³⁹ Кошурникова Н.А. Указ. соч.

⁴⁰ Лю Ханьянцзы. Внешнеполитический курс современного Китая в отражении национальных СМИ// Век информации: СМИ и внешняя политика Китая : сб. науч. статей № 4 (S1) / ред.-сост. Р. В. Бекуров, Ю. С. Данилова, С. Б. Никонов. СПб. : Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. С.12-66.

⁴¹ Ибрагимова Г. Стратегия КНР в области управления интернетом и обеспечения информационной безопасности // Индекс безопасности. 2013. № 1 (104). Т. 19. С. 169-184.

Во внешней политике китайское руководство и силы информационной безопасности уделяют внимание не только отражению компьютерных атак, но и разрабатывают теоретические вопросы современных информационных войн. «В 2003 г. Центральный военный совет и Компартия Китая ввели «концепцию трех войн», включающую в себя психологическую войну, медиа-войну и правовую войну. В концепции говорится о необходимости опережающих действий в киберпространстве и нанесении Китаем такого рода удара первым»⁴².

Информационная политика Китая в России

Традиции издания русскоязычной прессы в самом Китае были заложены еще в 1898 году, когда Китай вышел из состояния «закрытости» и международной изоляции. С этого времени и до второй мировой войны русская эмигрантская община в Китае получила разрешение властей публиковать свои периодические издания, книги, учебники. В основном, литература была предназначена для детей и юношества. Китайское правительство поддерживало цели русскоязычной общины по сохранению и передаче своих традиций молодому поколению и гармоничному развитию ребенка⁴³.

Недружественные акты по отношению к русскоязычной прессе наблюдались только в период противостояния КНР и СССР в 1960-е годы.

Китай является крупнейшим торговым и стратегическим партнером России. Анализ и мониторинг ключевых событий и тенденций развития российско-китайских отношений указывают на сохраняющуюся взаимную заинтересованность в двустороннем сотрудничестве в различных сферах экономики и постоянном углублении межкультурных коммуникаций.

⁴² Болгов Р.В. Информационные технологии в модернизации вооруженных сил КНР: политические аспекты // ПОЛИТЭКС. 2010. Вып. 4. С. 268-275.

⁴³ Бабкина Е.С. Журналистика русского Китая для детей и молодежи (1898-1945 гг.) // Вестник Томского Государственного университета, Филология. 2017. Выпуск №47. С.184-193

Создана китайская модель информационного общества, сочетающая государственные интересы с рыночной конкуренцией. Информационная структура развивается быстрыми темпами, проникает во все области жизни китайского гражданина. Власти Китая придают большое значение информационной политике за рубежом, нацеленной на обеспечение мирового лидерства страны в сфере информации.

Информационная политика Китайской Народной Республики становится максимально открытой для мирового сообщества, хотя в медиа-пространстве существуют ограничения различного рода, вызывающие острую критику и обвинения в нарушении демократических принципов. Информационные войны, затрагивающие все сферы деятельности государства, заставляют китайское руководство принимать адекватные меры по совершенствованию безопасности страны. Успех Китая в продвижении «мягкой силы» ограничен невысоким уровнем доверия к информации, предоставляемой КНР, где средства массовой информации имеют ограниченную свободу действий.

Можно ожидать, что в ближайшем будущем информационная политика КНР сохранит имеющиеся тенденции: государство будет поддерживать развитие инновационных технологий в информационном пространстве, определять и развивать новые каналы распространения информации внутри страны и за рубежом при сохранении контроля над средствами массовой информации. Пределы данного контроля будут определяться правительством.

Глава 2. Русскоязычные СМИ КНР: становление и развитие

2.1. Русскоязычные СМИ в медиасистеме КНР

Сегодня Китай в соответствии с основами государственной политики работает над созданием «гармоничного общества». Данная цель напрямую связана с деятельностью китайских журналистов и китайских СМИ, а значит и ставит перед ними новые, все более масштабные, важные и сложные задачи⁴⁴. В Китае на сегодняшний день действуют более 230 институтов, факультетов, отделений, которые обучают студентов и слушателей журналистике в различных университетах Китая⁴⁵. В медиасистему Китайской Народной Республики входят десятки тысяч газет, журналов, телевизионных каналов и радиостанции⁴⁶.

Табл. 1: Структура и состав китайских СМИ⁴⁷

№ пп.	Вид СМИ	Количество (шт.)
1	газеты	2, 2119
2	журналы	9490
3	телевизионные каналы	320
4	радиостанции	282
5	издательства	568

В связи с появлением Интернет и по мере информационной техники современный мир становится так называемой «глобальной деревней». Всем известно, что в процесс глобализации СМИ разных стран играют незаменимую роль. Необходимо отметить, интернет развивается очень стремительно, число пользователей интернета с каждым годом растет. Данное

⁴⁴ Ли Пинь. Доклад о развитии индустрии периодической печати Китая. Пекин, 2005. С. 59.

⁴⁵ Чжан Лигуан Особенности развития журналистики Китая на рубеже третьего тысячелетия : дис. ... канд. филол. н. Москва, 2006. С.36.

⁴⁶ Цуй Баого. Доклад о развитии индустрии средств массовой информации Китая в 2006 году. Пекин: Изд-во Шехуэй 2006. С.12.

⁴⁷ Ли Пинь. Указ. соч. С. 56.

явление породило создание электронных версии газеты, журнала и телевидений.

По статистическим данным в 1970-ом году количество зарегистрированных китайских периодических журналов составило 21 наименование, в 1978-ом году – 930⁴⁸, в 2012-ом году – 9867⁴⁹, а в 2015-ом году эта цифра уже достигла 10014 наименований⁵⁰. Количество официально зарегистрированных китайских газет в 1978-ом году составляло 186 наименований, в 2012-ом году – 1918⁵¹, а в 2015-ом году количество понизилось до 1906⁵².

В «Ежегоднике китайских радио и телевидения 2011 года» отмечено, что в 2012 году количество китайских широкоэмитерных станций составило 2120, количество китайских широкоэмитерных радиостанций составило 227, а количество китайских телевизионных станций 2– 47⁵³.

Результат последней переписи пользователей Интернета показывает, что в 2016-ом году численность китайских пользователей Интернета уже достигло 710 миллионов человек.

Одной из важнейших функций современных СМИ любой страны является пропаганда внутри и за рубежом. В Китае существует два типа СМИ, нацеленных на распространение информации среди тех, чьим родным языком не является китайский: СМИ на китайском языке и СМИ на иностранных языках. Безусловно, подавляющее большинство иностранцев предпочитает СМИ на своем родном языке, выбирая источники информации о Китае. Можно сказать, что СМИ на иностранных языках являются наиболее важной частью системы внешней пропаганды Китая.

⁴⁸ Суй Сяофэй «Жинминь Жибао», 10.05. 2007

⁴⁹ Дэнь Иньхуа 2012 年全国报纸出版业主要数据 «中国报业»
<http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTotal-ZGBT201315017.htm>

⁵⁰ Чэнь Цзуньюй 2015 年全国新闻出版业期刊
<http://www.ddcpc.cn/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=572&id=82359>

⁵¹ Дэнь Иньхуа Указ. соч.

⁵² Чэнь Цзуньюй Указ. соч.

⁵³ 中国广播电视年鉴 2011, 北京 С. 31.

Следует отметить, что традиционная медиаиндустрия в Китае – это огромный гармоничный и активно развивающийся рынок. Интернет, телевизионные каналы, радиостанции, газеты и журналы – все виды СМИ являются каналами внешней пропаганды. В настоящее время внешняя пропаганда Китая развивает СМИ не только на английском, но и на таких языках, как русский, французский, испанский и арабский языки. Россия, страны Центральной Азии и другие русскоязычные страны тесно связаны с безопасностью и стабильностью в западных и северных приграничных районах Китая. Кроме того, этническое единство приграничных районов Китая и их развитие экономики и торговли являются одним из приоритетных аспектов обеспечения стабильности и безопасности Китайской Народной Республики. В данном контексте активное развитие внешней пропаганды Китая в России и укрепление связей с русскоязычными странами и регионами, безусловно, обладает высокой значимостью как направление государственной информационной политики.

В последние годы система внешней пропаганды Китая активно осваивает новые возможности массовой коммуникации для расширения своего присутствия в мировом информационном пространстве. Это, в частности, проявляется в развитии китайских СМИ на иностранных языках, в том числе и СМИ на русском языке. К 2018 году можно утверждать, что Китайской Народной Республикой завершено формирование комплексной системы СМИ, реализующей государственную информационную политику. Она включает в себя десять ежедневных и еженедельных газет на английском языке, около десяти англоязычных журналов, три центральных телевизионных канала, один местный телевизионный канал, один международное радио Китая на иностранном языке и крупные языковые сайты, поддерживаемые государством, а также крупнейшее и авторитетное агентство новостей

«Синьхуа»⁵⁴. Так, в конце 2009 запуск российского и арабского каналов CCTV стал крупным прорывом в многоязычной стратегии CCTV.

Таким образом, хотя СМИ на английском имеют абсолютное преимущество в китайской медиасистеме, в последние годы китайское правительство ускорило развитие внешней пропаганды и уделило особое внимание средствам массовой информации на других языках, в том числе на русском. Запуск канала CCTV-Русский заполнил пробелы в зарубежных российских телевизионных каналах Китайской Народной Республики, стал важным инструментом укрепления связей и сотрудничества между Китаем и русскоязычными странами и содействия культурному взаимодействию.

Русский язык – один из шести рабочих языков Организаций Объединённых Наций, и он по праву считается одним из крупнейших языков по числу говорящих и географическому распространению. Русский язык является важнейшим вербальным средством межнационального общения не только для народов, живущих на территории РФ, но и для жителей содружества независимых государств (СНГ). Важность русскоязычных СМИ в Китае обусловлена тем, что, с одной стороны, численность русскоязычного населения всего мира уже достигла 260 миллионов человек⁵⁵, а с другой стороны, в последние годы в отношениях между РФ и КНР наблюдается положительная тенденция развития, и политические, экономические, культурные связи между двумя странами становятся значительно теснее.

Содержание межкультурной коммуникации между Китаем и Россией опирается на древность и аутентичность их культур, с одной стороны, и на некоторые схожие особенности в развитии медиакоммуникации, с другой. И Китай, и Россия – это два великих государства, которые имеют равноправные стратегические партнерские отношения, подкрепленные на правовой основе

⁵⁴ 郭可: 《改革开放 30 年来中国对外传播媒体的发展现状及趋势》, 《对外传播》, 2008 年 11 期

⁵⁵ Тишков В.А. Русский язык и русскоязычное население в странах СНГ и Балтин, доклад на конференции «Русский язык – национальное достояние народов России», ГУ МДН, 2008.

договором о дружбе и сотрудничестве между Россией и Китаем, подписанным в 2001 году.

В 2001 году Российская Федерация и Китайская Народная Республика подписали не только общий договор, но и несколько межправительственных соглашений в сфере связи и информационных технологий, а также научно-технического сотрудничества, активизации обменов в области культуры и информации, углубления и расширения сотрудничества между российскими и китайскими СМИ. В 2006 году было подписано соглашение о сотрудничестве между китайским Информационным агентством «Синьхуа» и «РИА Новости».

Деятельность национальных СМИ Китая, которые также являются важными носителями национальных культур, направлена, прежде всего, на поддержку интересов своей страны. Китай как государство, безусловно, озабочен тем, чтобы его образ за границей был достаточно привлекательным и способствовал развитию, расширению и укреплению межгосударственных, экономических, политических и культурных связей.

О.В. Монастырева в своей работе «Русскоязычные СМИ Китая: история и перспективы развития» отмечает, что в медиапространстве как особой сфере взаимоотношений двух стран и народов китайская сторона сегодня играет роль ведущего, наиболее инициативного участника межкультурного диалога с аудиторией соседней страны. Перед российскими СМИ встает задача поиска адекватных форм ответа на китайский информационный вызов⁵⁶.

В связи с этим, переживая период быстрого развития, китайские СМИ на русском языке несут особую ответственность за создание и распространение имиджа Китая, а также за ознакомление русской аудитории с общим положением китайского общества.

Сегодня внешняя система русскоязычных СМИ постепенно усовершенствовалась, и в целом ее можно разделить на центральные и

⁵⁶ Монастырева О.В. Русскоязычные СМИ Китая: история и перспективы развития // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 96-99.

местные русскоязычной масс-медиа. Центральные русскоязычные СМИ включают в себя: телевидение (канал CCTV-Русский), радиостанцию (международное радио Китая на русском языке), информационные порталы (электронная версия газет «Жэньминь жибао», «Синьхуа» на русском языке). Кроме этих, существуют рабочие веб-сайты правительственных ведомств, такие как русская версия веб-сайта Министерства иностранных дел Китая и др. Эти русскоязычные СМИ играют важную роль в политических, экономических и культурных обменах в русскоязычных странах.

Местные СМИ на русском языке в нашей стране в основном сосредоточены в районах, которые находятся на границе с Россией, таких как в городах Хэйлунцзян и Синьцзян. Северо-восточный веб-сайт на русском языке, журналы «Дальневосточный торгово-экономический вестник» и «Партнеры» и др. входят в число местных русскоязычных СМИ Китая. Но основными внешними русскоязычными СМИ являются Агентство новостей «Синьхуа» на русском языке, русская версия газеты «Жэньминь жибао» и CCTV-Русский.

По мере развития отношений между Китаем и Россией, все больше россиян приезжают в Китай, чтобы учиться, путешествовать или создавать свой бизнес. Как показал опрос, проведенный 18-19 сентября 2010 года среди 2000 респондентов в 100 населенных пунктах 44 субъекта РФ, половина (50%) россиян считает, что в настоящее время отношения между Россией и Китаем становятся все лучше. Только 6% респондентов считает, что отношения стало хуже, а 43% затрудняется ответить на вопрос⁵⁷.

⁵⁷ Фонд Общественное Мнение. Официальный сайт. – [Электронный ресурс] <http://bd.fom.ru/pdf/d37rko10.pdf> (Дата обращения: 09.04.2018)

Рис. 1. Отношения между Китаем и Россией



В начале 90-х годов русских студентов, приезжавших в Китае на учебу, еще было немного: всего несколько сот человек. И лишь в последние годы их число стало заметно увеличиваться (см. табл. 2).

Табл. 2. Число российских граждан, приезжавших в Китае на учебу в 2000/2001-2008/2009 академических годах, и их доля в общем контингенте иностранных студентов в Китае⁵⁸

Годы обучения	Число российских граждан, обучавшихся в китайских вузах, тысяч человек	Общее число иностранных граждан, обучавшихся в китайских вузах, тысяч человек	Доля российских граждан в составе всего контингента иностранных учащихся китайских вузов, %
2000/2001	0,9	40,0	2,2
2001/2002	1,2	54,0	2,3
2002/2003	2,0	85,1	2,4
2003/2004	1,9	77,8	2,4
2004/2005	2,9	110,0	2,6

⁵⁸ Арефьев А.Л. Российские студенты в китайских вузах // Демоскоп, № 441 - 442 1 - 14 ноября 2010. URL: http://www.demoscope.ru/weekly/2010/0441/analit03.php#_FNR_5 (Дата обращения: 09.04.2018).

2005/2006	3,9	141,2	2,8
2006/2007	5,0	162,7	3,1
2007/2008	7,3	195,5	3,7
2008/2009	8,9	223,5	4,0

Из Табл. 2 можно заметить, что прирост численности россиян в китайских университетах в 2007/2008 учебном году по сравнению с 2006/2007 годом стал наивысшим за всю историю российско-китайского сотрудничества в области образования.

Кроме роста численности русских студентов, обучавшихся в Китае, русские туристы также увеличиваются с каждым годом. Согласно официальной статистике, опубликованной Федеральным агентством по туризму за 2016 году, россиян больше любят путешествовать в Финляндию, Китай, Эстонию, Польшу, Германию, Таиланд, Кипр, Турцию и др., среди которых Китай занимает второе место. В 2016 году по сравнению с 2015 году русские туристы, приезжавшие в Китае, увеличились 31%.

Табл. 3. Количество поездок граждан РФ с целью туризма на территорию государств дальнего зарубежья⁵⁹

Страны	2015г.	2016г.	Изменение количества поездок граждан РФ, выехавших в страны дальнего зарубежья с целью туризма за 2016г. по сравнению с аналогичным показателем 2015г. (+ - %)
Финляндия	3,066,658	2,894,394	-6
Китай	1,284,324	1,676,214	31
Эстония	1,476,915	1,511,413	2
Польша	1,321,767	1,103,532	-17
Германия	1,111,448	1,057,388	-5
Таиланд	675,089	866,597	28
Кипр	550,327	812,714	48
Турция	3,460,325	797,304	-77
Испания	692,996	789,769	14
Греция	633,585	782,476	23

Из вышесказанного видно, что обмены между Китаем и Россией становятся все более тесными, это привело к тому, что появились многие новые журналы или газеты на русском языке, чтобы помогать русскоязычным читателям познакомиться с современным Китаем.

Далее мы рассмотрим более подробно совместные СМИ-проекты России и Китая. В Табл. 4 представлены характеристики основных китайских СМИ, которые выпускаются на русском языке.

⁵⁹ Федеральное агентство по туризму. Официальный сайт - [Электронный ресурс] <https://www.russiatourism.ru> (Дата обращения: 06.04.2018)

Табл. 4. Китайские русскоязычные СМИ

№	Название СМИ	Тип СМИ	Запуск	Выход на русском языке
1	Жэньминь жибао	газета	1948	2001
2	China Inc. О Китае откровенно	журнал	2007	2007
3	Хуаньцю шибао	газета	1993	2011
4	Содружество	журнал	2015	2015
5	Россия и Китай	журнал	2009	2009
6	Китай	журнал	1951	1951
7	Партнеры	журнал	2002	2002
8	Контимост	журнал	не ясно	не ясно
9	Дыхание Китая	журнал	2004	2004
10	«Туьэньцян»(кит. «图们江报»)	газета	2008	2008
11	«Дальневосточный торгово-экономический вестник»	газета	1988	не ясно

1. «Жэньминь жибао» — китайская ежедневная газета, официальное печатное издание Центрального комитета Коммунистической партии Китая. Самая влиятельная газета страны. Была основана в 1948 году. Сейчас владеет более 70 корпунктами по всему миру⁶⁰.

Выходит на китайском, русском, английском, японском, французском, испанском, арабском, монгольском, тибетском, уйгурском, казахском, корейском, носу и чжуанском языках (последние два — языки малых народностей КНР). Подбор тем, появляющихся на страницах газеты, позволяет судить о приоритетах и интересах Пекина. В редакционных статьях излагаются взгляды и решения партии.

⁶⁰ Жэньминь жибао // ИноСМИ. – [Электронный каталог] https://inosmi.ru/people_com_cn/ (Дата обращения: 07.03.2018).

2. China Inc – китайский журнал на русском языке, посвященный истории и современному состоянию Китая⁶¹. Данный журнал рассчитан как на китайских, так и на русских читателей, которые интересуются жизнью и историей Китая.

3. «Хуаньцю шибао» – ежедневное издание, в котором большинство материалов посвящены международной политике и которое выходит под эгидой «Жэньминь жибао». Издается как в печатном виде, так и онлайн. Основано в 1993 году. Английская версия стала выходить с 2009 года⁶².

Считается одним из рупоров официального Пекина, однако зачастую представляет события в более нейтральном свете, нежели другие официальные издания. Также иногда затрагивает неприятные темы: в марте 2012 года «Хуаньцю шибао» было одним из двух официальных изданий, которые написали о ДТП с участием сына высокопоставленного партийного функционера Ли Цзихуа (Li Jihua). Выходит в том числе и на русском языке.

4. Российско-Китайский международный научный журнал «Содружество» публикуется с 2015 года, в качестве интеллектуального пространства для обмена результатами изысканий практической науки, с последующим интернациональным сотрудничеством всех групп населения, профессиональные навыки которых являются результатом научно-исследовательской деятельности⁶³.

Международное научное издание «Содружество» относится к открытым электронным ресурсам класса Open Acces, согласно которому владелец научной работы может опубликовать статью в журнале, предоставив ее полнотекстовую версию в свободный доступ.

⁶¹China Inc. О Китае откровенно. Официальный сайт. – [Электронный ресурс] http://china-inc.ru/news/literatura_i_zhurnalistika_russkoj_eh migracii_v_kitae_nachalo_khkh_veka/2014-12-02-105 (Дата обращения: 07.03.2018)

⁶² Хуаньцю шибао // ИноСМИ. Электронный каталог. – [Электронный ресурс] https://inosmi.ru/huanqiu_com/ (Дата обращения: 07.03.2018)

⁶³ Содружество. Российско-Китайский международный научный журнал. Официальный сайт. – [Электронный ресурс] <http://rf-china-science.ru/> (Дата обращения: 07.03.2018)

Всемирная сеть позволяет широкому кругу научных специалистов и общественности многократно цитировать, а также использовать в своей деятельности статьи различных направлений. Научное издание «Содружество» представляет собой международный журнал, использующий услуги авторитетных рецензентов.

5. Журнал «Россия и Китай» издается в рамках проекта «Азиатское иллюстрированное обозрение». Это серия большеформатных журналов о сотрудничестве со странами-соседями, о городах и регионах (как российских, так и в этих соседних странах), их ресурсах и инвестиционных проектах. Это международное издание, посвященное отношениям двух стран, масштабным совместным проектам, сотрудничеству стран в сфере экономики, инноваций, науки и культуры. Издается с 2009 года⁶⁴.

Издается на двух языках (с параллельным переводом публикаций). Имеет широкую сеть распространения в РФ и КНР. В России распространяется в федеральных министерствах и ведомствах, администрациях региональных правительств, ассоциациях и организациях международного сотрудничества, крупных бизнес-структурах, а также в рамках двухсторонних встреч, форумах и мероприятиях. Журнал доставляется в государственные структуры, администрации регионов и провинций КНР. Издание имеет представительства в 8 российских и 11 китайских городах.

Журнал адресован людям, активно занимающимся и интересующимся темой развития отношений и сотрудничества между Россией и Китаем.

6. Китайский государственный ежемесячный русскоязычный журнал - «Китай» (кит. «中国»), который является наиболее известным журнальным изданием Китая, которое адресовано для зарубежной аудитории. Данный журнал выходил с 1951 года, распространялся в республиках Союза Советских Социалистических Республик (СССР), а затем и в РФ. Однако с 2001 года,

⁶⁴ Китай и Россия. Азиатское иллюстрированное издание. Официальный сайт. – [Электронный ресурс] <http://www.ruchina.org/china-russia.html> (Дата обращения: 07.03.2018).

русскоязычная версия журнала «Китай» осталась только в онлайн-формате. Потепление отношений РФ и КНР привело к тому, что 21 декабря 2005 года в посольстве КНР в России состоялась презентация журнала, в которой приняли участие заместитель руководителя Пресс-канцелярии Госсовета КНР Цай Минчжао, заместитель председателя Совета Федерации России Дмитрий Мезенцев, посол Китая в России Лю Гучан и другие. На мероприятии присутствовали более 250 человек. Китайские и российские ведущие СМИ освещали это событие⁶⁵. Поэтому издание печатного журнала было возобновлено на территории РФ.

Объем нынешнего журнала составляет 84 страницы, 80–100 тыс. слов и, как правило, в каждом номере представлены до 100 фотографий и рисунков. Тираж выпуска составляет 30 тыс. экземпляров.

8. «Партнеры» (кит. «伙伴») представляет собой один из важнейших китайских ежемесячных иллюстрированных журналов на русском языке. Данное издание так же выпускается ежемесячно.

Журнал «Партнеры», является органом Пресс-Канцелярии Госсовета Китайской Народной Республики. Учредителем журнала «Партнеры» является Пресс-Центр Народного правительства в провинции Хэйлунцзян.

Первый номер журнала «Партнеры» вышел в свет 25 октября 2002 года. Журнал предназначен для русскоязычной аудитории, и в нем публикуются статьи о жизни современных китайцев, а также статьи, посвященные китайскому обществу, экономике, политике, культуре.

К ноябрю 2005 года журналом «Партнеры» было получено законное право распространяться на территории Российской Федерации, а в январе 2006 года журнал «Партнеры» был включен в «Общий каталог изданий, распространяющихся по подписке в РФ»⁶⁶. За 14 летнюю историю журнал

⁶⁵ Журнал «Китай» // Синология. – [Электронный ресурс] <http://www.synologia.ru/catalog-org-59> (Дата обращения: 07.03.2018)

⁶⁶ Журнал «Партнеры» // Официальный сайт– [Электронный ресурс] <http://www.hbzzs.cn> (Дата обращения: 10.04.2018)

«Партнеры» внес весомый вклад в то, чтобы укрепление российской-китайской дружбы вышло на новый уровень.

Журнал «Партнеры» определил при этом развитие дружбы между народами двух стран своей основной миссией, поставив в качестве важнейшей задачи «содействие китайско-российским культурным и деловым связям и полномасштабное обеспечение услуг для прагматического сотрудничества РФ и КНР».

9. Ежемесячный русскоязычный журнал «Контимост» (кит. «大陆桥») был учрежден Синьцзянским обществом культурных связей с зарубежьем и распространяется, в общем, в странах средней Азии. Этот журнал считается одним из важнейших печатных изданий Китая за рубежом, и он совместно издается Ассоциацией культурного обмена с зарубежьем СУАР КНР, синьцзянским медиа-холдингом «Цзинцибао» и Бишкекским гуманитарным университетом. «Контимост» призван освещать экономическую и культурную жизнь китайцев, передавать реальную и объективную информацию о Синьцзяне, создавать международный имидж современного Китая. В настоящее время журнал выпускается как в печатном, так и в электронном виде. Ежемесячный тираж журнала составляет примерно 11000 экземпляров⁶⁷.

10. Русскоязычный журнал «Дыхание Китая» (кит. «中国风») является одним из важнейших китайских ежемесячных иллюстрированных журналов на русском языке. Данное издание так же выпускается ежемесячно.

Журнал «Дыхание Китая» был основан в 2004-ом году и рассказывает радиослушателям Международного радио Китая о разных сторонах жизни Поднебесной. «Дыхание Китая» бесплатно распространялся среди слушателей и посетителей сайта Международного радио Китая в посольствах и консульствах России и других стран СНГ в Китае, в посольствах и

⁶⁷ Журнал «Контимост» Официальный сайт. – [Электронный ресурс] http://russian.ts.cn/eco/node_20380.htm (Дата обращения: 10.04.2018).

консульствах КНР в странах СНГ, школах Конфуция, клубах радиослушателей, институтах и учреждениях⁶⁸.

С 2008-ого года журнал «Дыхание Китая» поменял формат, расширил свою географию и стал доступен на информационном рынке во всех странах, где говорят по-русски. В 2012-ом году журнал «Дыхание Китая» стал выходить как приложение к государственной «Российской газете» раз в три месяца, а с 2013-ого года начала выходить раз в два месяца. Объем журнала составляет 16 страниц. В журнале можно найти много интересных статей и материалов. Тематика журнала – освещение событий политической, экономической, культурной и спортивной жизни китайского народа.

11. Местная газета «Туьэньцян» была учреждена в 2008 году в городе Хуньчунь провинции Цилинь по разрешению Главного государственного управления по делам прессы и печати. Газета выпускается в печатном виде, объём – 4 полосы, периодичность выход – 6 раз в неделю. Газета «Туьэньцян» является единственной в Китае газетной, одновременно имеющий три версии – версии на китайском, корейском и русском языках. В газете публикуется торговая информация, политические установки пограничного города Хуньчунь и бассейна реки Туьэньцян. Данная газета внесла большой вклад в двухстороннее сотрудничество города Хуньчунь с Россией.

12. Газета «Дальневосточный торгово-экономический вестник» была учреждена Хэйлунцзянским университетом в 1988 году. Тематика газеты – торгово-экономическая информация России и стран восточной Азии, экономическое сотрудничество между Китая, Россией и другими странами СНГ. Газета выпускается в печатном виде, объём газеты составляет 16 полос, периодически выходит раз в неделю. Опираясь на запасы кадров по русскому языку и журналистике Хэйлунцзянского университета, и ссылаясь на достоверные источники информации о рынке России и стран СНГ, «Дальневосточный торгово-экономический вестник» оказывает эффективную

⁶⁸ Журнал «Дыхание Китая» // Официальный сайт. – [Электронный ресурс] <http://russian.china.com/enterprise/magazine/> (Дата обращения: 10.04.2018).

помощь тем читателям, которые коммерческую связь с российским рынком и рынком СНГ.

Кроме печатных версий русскоязычных СМИ, в Китае также существуют электронные версии СМИ на русском языке – информационные порталы.

В список электронных версий на русском языке входят «Жэньминьван», «Партнеры», «Чунгован», «Телевидение CCTV-Русский». Рассмотрим их более подробно.

1. На сайте «Жэньминьван» помещается содержание газеты «Жэньминь жибао» на 15 языках, в частности, на китайском, английском, японском, немецком, арабском, корейском, монгольском, тибетском, уйгурском, французском, испанском, чжуанском, казахском и русском языках.

Русскоязычная версия портала Жэньминьван является одним из ведущих официальных русскоязычных информационных ресурсов КНР. В нём есть новостной раздел – «Лента новостей», быстро обновляют главные новости дня в мире, Китае, России и СНГ. Кроме рубрики «Лента новостей», ещё бывают рубрики «Экономики», «Комментарий», «Наука и образование», «Общество и культура», «Спорт», «Видео» и «Фотогалерея». Основная тематика – международные и китайские новости.

2. Портал Партнеры представляет собой многопрофильный веб-сайт в провинции Хэйлунцзян. По посещаемости он занимает первое место среди всех веб-сайтов провинции Хэйлунцзян. 15 июня 2006 года он был создан на базе главного интернетовского информационного ресурса провинции Хэйлунцзян – Северо-восточного сайта по утверждению Пресс-канцелярии Госсовета КНР и правительства провинции Хэйлунцзяна. Сайт функционирует на китайском и русском языках и ведет такие рубрики, как «Новости», «Торгово-экономическая информация», «Услуг и консультации», «Культура и обмен», «Добрососедство» и др. Однако рубрика «Новости» – это не новости «день в день», а выбираются события, наиболее значимые для аудиторий русских и русской диаспоры в Китае. Кроме того, журнал предоставляет практическую полезную информацию и рекомендации

специалистов по актуальным вопросам — как легализовать документы, как поступить учиться в Китае бесплатно, действительны ли здесь российские права; дает советы по воспитанию, образованию детей в Китае и т.д.

Данный сайт призван повсеместно и всесторонне знакомить русскоязычных пользователей Интернета с реальной ситуацией в Китае и, в частности, с ситуацией в провинции Хэлуцзян в целях углубления дружественных отношений между российским и китайским народами.

3. Информационный портал Чунгован представляет собой основной государственный информационный север КНР. Сайт был создан в 2000 году. Главным источником публикуемых на нём являются основные средства массовой информации, что гарантирует авторитетность и надежность содержания.

В отличие от портала Партнеры сайт Чунгован предоставляет информацию более большой аудитории. Портал Партнеры только публикуется на 5 языках (китайский, корейский, японский, английский и русский языки), а Чунгован публикуется на 9 языках (китайский, английский, французский, немецкий, японский, испанский, арабский и русский языки). Кроме этого, в нём бывает интересная рубрика «Эксклюзив». Портал Чунгован призван представлять посетителям достоверную информацию, считая своим долгом знакомить иностранцев с текущей обстановкой в КНР.

4. Телевидение CCTV-Русский Международный (на русском) открылся 10 сентября 2009 года. Основной аудиторией «CCTV-Русский» являются телезрители, чьим родным или вторым языком является русский язык. Он имеет собственный русскоязычный веб-сайт. В сайте на главной странице пользователи могут не только ознакомиться с последними новостями в режиме реального времени, но также и посмотреть в прямом эфире программы телеканала. «Русскоязычный телеканал CCTV располагает потенциальной аудиторией в размере 300 млн. человек», заявлял руководитель группы по подготовке русскоязычного телеканала CCTV Дин Юн.

2.2. Определение миссии русскоязычных СМИ КНР

Контактные зоны русских и китайцев все чаще складываются внутри обеих стран, и это объясняет сложившееся многообразие информационных потоков, в которые включены китайские СМИ, обратившиеся к русскоязычной аудитории⁶⁹. Образ Китая, воплощающийся в публикациях русскоязычных СМИ КНР, создает особое восприятие картины деятельности этой страны и ее народа и направлен на формирование и коррекцию общественного мнения с помощью усиления имиджевой привлекательности.

Анализ информационного пространства в России показал, что в настоящее время в российском Интернете существует около 250 сайтов, посвященных китайской тематике. Но, как утверждает Шао Дэвань, «среди них нет ни одного, которое предоставляло бы доступную возможность познать в совокупности все стороны жизни и деятельности Китайской Народной Республики, ее традиции, культуру, историю, экономику, политику и социальные отношения»⁷⁰. В Китайской Народной Республике закрепилось представление о том, что среди всех русскоязычных ресурсов, посвященных Китаю, особую нишу занимают СМИ, которые издаются на русском языке КНР.

Межкультурная коммуникация становится важным инструментом взаимодействия Китая и России. Каждая культура представляет собой самостоятельный мир, любую иную культуру люди воспринимают через призму своей культуры.

Для развития межкультурной коммуникации в современном обществе необходимо развивать средства массовой информации, которые способны поставлять нашим странам информацию друг о друге для улучшения взаимопонимания. В этом русле работа обоих государств строится на

⁶⁹ Монастырева О.В. Указ. соч.

⁷⁰ Шао Дэвань. Отражение российско-китайских отношений в русскоязычных СМИ КНР 2006-2016 гг. (образ Китая)», Автореф. ... дис. к.филол.н.. РУДН, Москва, 2017. С. 23.

поддержке различных периодических печатных изданий, интернет-сайтов, теле- и радиоканалов как на китайском, так и на русском языках.

Развитие спутникового телевидения, спутникового вещания и интернет-технологий обеспечило техническую поддержку международных сообщений, которые прорываются сквозь космические и временные барьеры. Это позволило межкультурной коммуникации стать проще и чаще. Интернет объединил телевидение, газеты, радио, журналы и все другие средства массовой информации в одно целое, и стал главной ролью в средствах массовой информации за границей. Китай уже создал относительно полную международную систему СМИ, включающую несколько форм средств массовой информации. Он охватывает почти все уголки мира.

Безусловно, очень важную роль играют и сетевые ресурсы, на которых освещаются российско-китайские отношения⁷¹. История русско-китайских отношений отражена в целом ряде фундаментальных источников: сборники «Русско-китайские отношения в XIX в.», «Китайская Народная Республика в 1950-е годы» и др.⁷²

Однако высокий охват не обязательно приводит к огромному влиянию. Иностранные СМИ предоставляют контент, который может вызвать интерес у иностранных аудиторий, и только так смогут быть восприняты и поняты аудиторий и станут их любимыми медиа.

Русскоязычные аудитории являются важной группой китайской внешней пропаганды. Россия оказывает огромное влияние на международную арену, и

⁷¹ Официальный сайт Китайского информационного интернет-центра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.china.org.cn>; Официальный сайт радио «Голос России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rus.ruvr.ru>; Официальный сайт Информационного центра Совета Европы в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://coe.ru>; Официальный сайт информационного портала «Время Востока» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.easttime.ru>

⁷² Русско-китайские отношения (1689 – 1916). Официальные документы. – М., 1958; Русско-китайские отношения в XVII веке. Материалы и документы. Т. I (1608 – 1683). – М., 1969; Русско-китайские отношения в XVII веке. Материалы и документы. Т. II (1686 – 1691). – М., 1972

ещё пять стран Центральной Азии граничат с северо-западом Китая и имеют границу более 3000 километров. Более того, многие этнические меньшинства в северо-западном Китае имеют одни и те же религиозные убеждения с ними. Центральная Азия является важной стратегической областью для Китайской Народной Республики. Государство учитывает проблемы антитеррористических, этнических, религиозных, экономических и торговых и других аспектов, поэтому срочно нуждается в укреплении международного распространения этих стран и регионов, изучении российской аудитории и укреплении строительства российских СМИ. Это имеет большое значение.

Китайские русскоязычные СМИ уже широко представлены во всех сегментах медиасистемы: существует телевидение, газеты, журналы и радио. Но в распространении контента русскоязычным СМИ ещё нужно совершенствовать свою деятельность. В настоящее время главная задача русскоязычных СМИ в Китае заключается в распространении китайской информации в зарубежных странах. Принятая в редакциях политика имеет монологичный, диктативный характер, контент переводится с китайского на русский без учета потребностей и особенностей восприятия русскоязычной аудитории. В то же время анализ представлений россиян о Китае неоднократно проводился социологами.

В 2001 году российский фонд «Общественное мнение» провел опрос в рамках «Геопроекта “Китай”». 72% опрошенных ответили на открытый вопрос «Что в первую очередь приходит Вам в голову, когда Вы слышите слово "Китай"?»⁷³. Они дали следующие любопытные по своему характеру ответы, отражающие представления жителей России о Китае (табл. 5). Для довольно значительной части россиян ключевыми ассоциациями, связанными с Китаем, оказались: «многочисленное население», «китайские товары»,

⁷³ Тогда же жители России проявили высокую степень осведомленности относительно того, какой город является столицей Китая (70 % против 7 % при 23 % выбравших ответ «Затрудняюсь ответить»). См.: Доминанты. Поле мнений. Выпуск 22 от 21 июня 2001 г.

причем в последнем случае более половины из тех, кто провел данную параллель, подчеркнули плохое качество продукции китайского производства.

В меньшей степени среди россиян получили распространение другие ассоциации, связанные с Китаем: «другая, большая страна», «богатая, благополучная, развитая страна с высоким уровнем жизни», «внешний облик и национальный характер китайцев», «дружественная страна», «враждебная страна», «национальные традиции и привычки», «культура», «исторические ассоциации», «географическое положение, особенности климата и природы», «бедная страна с плохо развитой экономикой», «политический строй», «ссылки на личный опыт». И 28% опрошенных затруднялись ответить на этот вопрос.

Табл. 5: Образ Китая в массовом сознании россиян, 2001 г.⁷⁴

Суждения респондентов на открытый вопрос: «Что в первую очередь приходит Вам в голову, когда Вы слышите слово "Китай"?» (в % от числа опрошенных по России)	Ответы (в %)
Многочисленное население:	17
Китайские товары:	15
Плохое качество товаров	9
Товары	7
Другая, большая страна:	8
Богатая, благополучная, развитая страна с высоким уровнем жизни	8
Внешний облик и национальный характер китайцев:	7
Внешность	4
Национальный характер	3
Дружественная страна:	6
Враждебная страна	4
Национальные традиции и привычки	3

⁷⁴ Доминанты. Поле мнений. Выпуск 22 от 21 июня 2001 г.

Культура:	3
Исторические ассоциации:	3
Географическое положение, особенности климата и природы	2
Бедная страна с плохо развитой экономикой:	1
Политический строй:	1
Ссылки на личный опыт:	1
Другое:	1
Нет ответа, ответ не на тему	28

В 2007 и 2009 году в ходе опросов общественного мнения, проведенных при участии Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) (табл. 6), жители России высказались по вопросу «Что вам приходит в голову, когда говорят о Китае?».

В 2007 году абсолютное большинство респондентов в первую очередь обратило внимание на такие моменты, как «Китайские товары, ширпотреб, рынки», «Большая численность населения, высокая рождаемость», «Бурное развитие страны, достижения в экономике», «Плохое качество китайских товаров», «Мигранты, дешевая рабочая сила», «Культура, древняя культура» и «Человеческие качества китайцев (положительные)». 25% респондентов сильнее интересовали «Великая китайская стена», «Угроза для России (территориальные захваты, экспансия, соперничество)», «Дружба между китайским и русским народами», «Коммунизм, компартия, Мао Цзэдун», «Восточные единоборства, Джеки Чан, Брюс Ли, Шаолинь», «Китайская кухня, еда, медицина» и др. Данные результаты опроса похожи на результаты опроса в 2001 году.

Однако в 2009 году образ Китая в массовом сознании россиян немного изменился. По мере развития отношений двух стран, государство стало чаще ассоциироваться у россиян с «бурным развитием страны, достижениями в экономике» и «угрозой для России (территориальные захваты, экспансия, соперничество)».

Табл. 6. Образ Китая в массовом сознании россиян, 2007-2009 гг.⁷⁵

«Что Вам приходит в голову, когда говорят о Китае?»	2007г. Ответы (в %)	2009г. Ответы (в %)
Китайские товары, ширпотреб, рынки	36	25
Большая численность населения, высокая рождаемость	18	17
Бурное развитие страны, достижения в экономике	9	14
Плохое качество китайских товаров	9	0
Мигранты, дешевая рабочая сила	7	2
Культура, древняя культура	6	4
Человеческие качества китайцев (положительные)	6	8
Великая китайская стена	4	3
Угроза для России (территориальные захваты, экспансия, соперничество)	4	10
Дружба между китайским и русским народами	3	4
Коммунизм, компартия, Мао Цзэдун	3	2
Восточные единоборства, Джеки Чан, Брюс Ли, Шаолинь	2	1
Китайская кухня, еда	2	3
Рис	2	0
Драконы	1	1
Китайская медицина	1	1
Фарфор, шелк	1	0
Чай	1	1

⁷⁵ ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 674; ВЦИОМ. Пресс-выпуск №1247.

Человеческие качества китайцев (отрицательные)	1	2
Особенности внешности	-	4
Страна восходящего Солнца	-	3
Олимпиада в Пекине	-	1
Визиты руководителей	0	0
Военное противостояние, остров Даманский, исторические события	0	0
Другое	9	2
Затрудняюсь ответить	24	24

Таким образом, в представлении россиян Китай – это страна со сложившейся традиционной культурой, доминантой которой являются аутентичные культурные традиции, связанные с уважением древних учений, своеобразной кухней и особым строем мышления. Это помогает Китаю отстаивать свою культурную независимость.

Из вышеуказанных таблиц мы видим, что в первую очередь россияне часто обращают внимание на экономику, культуру и торговлю Китая. Для развития межкультурной коммуникации в современном обществе необходимо развивать средства массовой информации, которые способны поставлять нашим странам информацию друг о друге для улучшения взаимопонимания. В этом русле работа обоих государств строится на поддержке различных периодических печатных изданий, интернет-сайтов, теле- и радиоканалов как на китайском, так и на русском языках.

Деятельность национальных СМИ Китая, которые также являются важными носителями национальных культур, направлена, прежде всего, на поддержку интересов своей страны. Поэтому сообщения о жизни и различных событиях в Китае преподносятся в ракурсе мнения, сформированного в России о Китае. Китай как государство, безусловно, озабочен тем, чтобы его образ за границей был достаточно привлекательным и способствовал развитию,

расширению и укреплению межгосударственных, экономических, политических и культурных связей.

Особую значимость приобретают китайские газеты и журналы, издаваемые на русском языке, которые не только информируют о событиях в сфере российско-китайских взаимоотношений, но и комментируют их, формируют общественное мнение. Это «Китай», официальные печатные издания ЦК КПК: «Жэньминь жибао», «Свободный Китай», «Партнеры», «Институт Конфуция»; информационные интернет-порталы и международное радио Китая: «Международное радио Китая» и «Синьхуа» на русском языке⁷⁶.

Начальник редакции журнала «Китай», генеральный редактор Ван Цзинтан рассказал о значении и целях издания журнала в интервью для Китайского информационного Интернет-центра. В ходе интервью Ван Цзинтан сказал, что традиционные культурные ценности китайской нации, такие как Конфуцианство, Даосизм, Народная медицина, Гунфу и т. п., возбуждают большой интерес у российских читателей. Многие русскоязычные читатели проявляют интерес к китайскому «экономическому чуду». Кроме специальных экономических рубрик другие темы также касаются экономических моментов. Экономическая информация должна быть главной составной частью журнала о Китае⁷⁷.

Ван Цзинтан также ответил на вопрос «Какова целевая категория читателей журнала?». По его словам, «журнал представляет собой комплексный ежемесячный выпуск о Китае, он акцентируется на современном Китае, его экономике, культуре и общественной жизни. Предполагается, что основной слой читателей составит молодая интеллигенция России и других

⁷⁶ Официальный сайт информационного агентства «Синьхуа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.xinhuanet.com>.

⁷⁷ Ван Цзинтан. Журнал «Китай» знакомит российских читателей с Китаем. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.ts.cn/RUSSIAN/channel331/35/200512/16/16889.html> (Дата обращения: 27.04.2018).

стран СНГ, которым интересна ситуация в Китае»⁷⁸. Они много раз проводили опрос мнений среди сотрудников Посольства России в Китае, российских студентов, обучающихся в Китае, русистов Китая. На основе различных мнений, степени владения российским обывателем сведениями о Китае и актуальном спросе на них, а также согласно цели нашей работы мы определили курс издания. Они полагают, что журнал должен быть ориентирован на интеллигенцию России и других стран СНГ, которые интересуются Китаем. «Редакция журнала «Китай» надеется, что журнал станет “окном в Китай” для русскоязычного читателя, мостом для дальнейшего укрепления дружественных контактов между ними, а также искренним другом читателей России и других стран СНГ», заявил главный редактор⁷⁹.

По словам начальника редакции журнала «Китай», выбор рубрик журнала учитывает целеустремлённость, оригинальность, культурную экзотику и прикладное значение с целью максимальной адаптации к нуждам и мыслительным особенностям российских читателей. Например, кроме главной рубрики «Тема номера», которая связана с важными темами о событиях в Китае или об отношениях между Китаем и Россией или об отношениях между Китаем и другими странами. Кроме того, по мере развития отношений двух стран, китайский чай и блюдо вызывают всё больше и больше интереса у российских граждан к китайскому чаю, поэтому можно заметить, каждый номер журнала «Китай» опубликует статьи, которые посвящены китайским чаю или рецептом китайского блюда. О торгово-экономических контактах между двумя странами рассказывает рубрика «Экономика», также была выделена рубрика для статей российских авторов о различных общественных сферах Китая. Все репортажи строго соответствуют цели издания, которая выражена как «Окно, мост и друг». Концепция издания заключается в знакомстве, а не в пропаганде. Все публикации освещают

⁷⁸ Ван Цзинтан. Указ. соч.

⁷⁹ Ван Цзинтан. Указ. соч.

реальные события и факты, направлены на развитие заинтересованности и сближению с читателем.

Помимо журнала «Китай» обратим внимание на газету «Жэньминь Жибао». Она была основана в 1948 году как орган северокитайского бюро ЦК КПК и уже в следующем году была преобразована в орган ЦК КПК и стала выходить в столице – Пекине. В 1997 году открылся сайт газеты, на котором в 2001 году стал функционировать раздел на русском языке. Теперь интернет-ресурс в полной мере использует новые сетевые возможности в виде индивидуальной подписки, бесплатной электронной почты, расследования-онлайн, поиска на сервере и т.д. Обновление информации осуществляется несколько раз в день⁸⁰.

Список тематического рубрикатора включает следующие разделы: «Лента новостей», «В Китае», «В мире», «В России и СНГ», «Экономика», «Комментарии», «Наука и образование», «Общество и культура», «Спорт», «Видео» и «Фотогалерея». Тематика охватывает основной спектр событий, в то же время особо выделяется информация по поводу взаимодействия Китая и России, а также Китая и стран СНГ.

Наиболее значимые события из спектра российско-китайских отношений также сосредоточены в рубрике «Лента новостей». Имеется и жанровый рубрикатор, в котором собраны новости и комментарии. Также используется и визуализация событий в виде видеороликов и фотопрезентаций, которые также пересекаются с другими рубриками газеты.

На главной странице сайта систематизирован новостной контент с учетом отношения редакции («Главные новости дня», «Спецтемы», «Ключевые слова») и мнения читателей («Пять самых читаемых новостей дня, недели, месяца»). Ежедневно на сайте публикуется 20-25 новостей в рубрике «О Китае», куда входит и информирование о результатах российско-китайского взаимодействия.

⁸⁰ Официальный сайт информационного агентства «Синьхуа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.xinhuanet.com>.

Как показывают данные научных и публицистических источников, Китай все более заинтересован развивать межкультурное сотрудничество с Россией в сфере СМИ, а потому именно китайцы открывают представительства своих издательств и каналов в российских городах.

Таким образом, мы можем сделать выводы, что из вышеуказанных двух таблиц, можно заметить, российские читатели более интересуются экономикой, политикой и культурой Китая. Русскоязычные СМИ Китая также публикуют репортажи не только о событиях в Китае, но и об отношениях Китая и других стран, особенно связанно с Россией и СНГ. Целевыми читателями являются не только граждане России, но и граждане СНГ.

Глава 3. Тематическое наполнение русскоязычных СМИ в КНР

3.1. Тематическая структура журналов «Китай» и «Партнеры»

В третьей главе мы проведем анализ тематики журналов на основе контент-анализа на определенных журналах «Китай» и «Партнеры». В выборку включены журналы, вышедшие осенью-зимой 2017-2018 годов: три номера по каждому журналу (февраль 2018, декабрь 2017, октябрь 2017). В ходе исследования при помощи контент-анализа мы исследовали содержания журналов в целом по разным параметрам (тематика, жанры, география материалов и т.д.) с помощью кодификатора (см. Приложение 1).

Журнал «Партнеры» – ежемесячный журнал на русском языке, издается с 2002 года. Журнал адресован людям, активно занимающимся и интересующимся темой развития отношений и сотрудничества между Россией и Китаем. Главная идея журнала (миссия) - первый журнал для обмена между Китаем и Россией.

Табл. 7: Классификация публикаций журнала «Партнеры» по геоэтническим критериям

Номер	Россия	Китай	Россия и Китай	Русские в Китае	Китайцы в России	Китай и другая страна	Мир
02-18	1	14	2	1	1	0	1
12-17	1	12	5	2	0	0	0
10-17	2	13	2	6	0	1	1
итого	4	39	9	4	1	1	2

Мы разделили публикации в журнале на 7 групп – «Россия», «Китай», «Россия и Китай», «Русские в Китае», «Китайцы в России», «Китай и другая страна» и «Мир». Данное деление традиционно используется в исследованиях медиа этнических меньшинств, диаспор и мигрантов. В Таблице 7 показано, что подавляющее большинство публикаций в журнале

связано с Китаем, на долю которого приходится 65 процентов от общего числа материалов.

Освещение сотрудничества и отношений между Китаем и Россией занимают второе место с заметным разрывом - 15 процентов от общего числа материалов. Ещё более незначительное место занимает контент, посвященный событиям в России и жизни русскоговорящих в Китае (6.7%). Е.Г. Иващенко в работе «Некоторые аспекты функционирования русскоязычных СМИ в Китае» отмечает, что для журнала «Партнеры» характерна ориентация на население России, а освещение проблем русскоязычной публики, проживающей в Китае, не входит в спектр их задач⁸¹.

Можно сказать, что журнал выполнил данную миссию. Журнал в основном предназначен для продвижения китайско-российских обменов и показывает русскоязычным читателям современный Китай. Редкий контент в журнале связан с отношениями между Китаем и другими странами и тем, что произошло в мире.

Главные рубрики журнала – «Китайская мозаика», «В фокусе внимания Партнеры», «Дружеские контакты», «Жизнь простых людей», «Туристические маршруты», «Это Россия», «Русские в Китае», «Мир китайской культуры».

Журнал открывает раздел «Китайская мозаика», содержащий новостные сообщения и небольшие короткие статьи о Китае. К примеру, в номере 12-2017 короткие новости вышли под следующими заголовками: «19-ый съезд КПК начинается 18 октября», «Цветы вокруг нас».

Завершает всегда выпуск статьи на тему культуры, в разделе «Мир китайской культуры». К примеру, в номере 12-2017 статьи озаглавлены: «Танец – душа народа», «Гимнастика Тайцзи на каждый день», «Символ

⁸¹ Иващенко Е.Г. Некоторые аспекты функционирования русскоязычных СМИ в Китае // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества: материалы VI Международной научно-практической конференции (Благовещенск-Хайхэ-Харбин, 16-18 мая 2016 г.). Вып. 6. Отв. ред. Д.В. Буяров, Д.В. Кузнецов. – Благовещенск: изд-во БГПУ, 2016. С. 418-421.

Счастья – лунный пряник».

Все материалы воспринимаются легко, так как структура журнала хорошо сегментирована, есть постоянные разделы и рубрики, тексты сопровождается большое количество графических элементов, иллюстраций и фотографий.

Табл. 8. Классификация публикаций журнала «Партнеры» по темам

Номер	Политика	Экономика	Общество	Новости	Культура	Путешествие
02-18	2	5	7	6	5	1
12-17	2	2	8	5	3	1
10-17	2	5	6	6	3	1
итого	6	12	21	17	11	3

Как показано в Табл. 8, публикации о политике представлены малым числом статей. Отдельной рубрики «Политика» не существует. В силу того, что вопрос политики Китая является очень чувствительной темой, в текстах упоминают только о фактах о политике, которые произошли или происходит, или произойдут в Китае. Журнал пишет о том, какие меры китайское правительство принимает для решения определённых экономических или экологических проблем. Конкретные политические вопросы Китая не освещены в материалах журнала.

Тематики «Общество» и «Новости» занимают 60% в общем объеме выпусков, темы «Экономика» и «Культура» - 30%. Мы можем сделать вывод, что журнал носит деловой и научно-просветительский характер, его нельзя отнести к развлекательным изданиям. Кроме того, в ходе анализа, было выяснено, что в журнале «Партнеры» отсутствует главная тема номера.

Подводя предварительные итоги, еще раз подчеркнем, что журнал «Партнеры» фокусируется на современном Китае, его экономике, культуре и общественной жизни. Внимание редакции направлено также на отношения Китая и России и их сотрудничество. При этом жизнь русскоязычных в Китае практически не освещается на страницах журнала.

Журнал «Китай» - русскоязычный журнал о современном Китае, издается с 2005 года. Журнал адресован людям, активно занимающимся и интересующимся международным сотрудничеством с КНР. Миссия журнала состоит в том, чтобы знакомить аудиторию с открытостью современного Китая.

Табл. 9. Классификация публикаций журнала «Китай» по гео-этническим критериям

Номер	Россия	Китай	Россия и Китай	Русские в Китае	Китайцы в России	Китай и другая страна	Мир
02-18	1	29	3	1	1	5	0
12-17	0	27	4	0	0	7	2
10-\17	1	25	4	2	0	1	3
итого	2	81	11	2	1	13	5

Как показано в Табл. 9, подавляющее большинство публикаций в журнале освещает прежде всего развитие Китая, на долю которого приходится 69.5 процентов от общего числа. Отношения и события между Китаем и другими странами (11.2%) и между Китаем и Россией (9.5%) занимают второе и третье место от общего объема материалов. В отличие от журнала «Партнер», в журнале «Китай» представлено больше публикаций о международных связях Китая помимо России и о событиях в разных странах мира. Можно предположить, что журнал успешно знакомит русскоязычную аудиторию с современными китайцами и обществом Китая, а также с развитием Китая на международной арене, отношениями между Китаем и Россией и отношениями Китая и разных стран.

Главные рубрики журнала – «Суждения», «Экономика», «Общество», «Новости», «Культура», «Фоторепортаж», «Путешествия», «Калейдоскоп», «Политреалии».

Завершает всегда выпуск короткие новостные статьи рубрик «Новости» и «Калейдоскоп». Количество статей варьируется от 8 до 11. К примеру, номер 02-2018 завершается 11 короткими новостями («Международный марафон ШОС в Куьмине», «Китай и Россия завершили Годы обменов в области СМИ», «По случаю праздника Весны в посольстве КНР в РФ собрались китайские студенты», «Книга для бизнеса, работы и жизни», «Встреча с представителями СМИ», «Мероприятие, посвященное 80-летию Эдуара Успенского» и др.). А в номере 10-2017 в завершении опубликовано всего 8 коротких новости, но более содержательные – «Российско-китайский форум по сотрудничеству» «В Москве конференция «Один пояс и один путь» – новая опора российско-китайского партнерства», «Марафон «Москва – Пекин: навстречу будущему!».

Все материалы воспринимаются легко, так как структура журнала хорошо сегментирована, есть постоянные разделы и рубрики и большое количество графических элементов, иллюстраций и фотографий.

Табл. 10. Классификация публикаций журнала «Китай» по темам

Номер	Политика	Экономика	Общество	Новости	Культура	Путешествие
02-18	9	8	12	11	6	1
12-17	11	8	11	10	8	1
10-17	8	12	6	8	6	1
итого	28	28	29	29	20	2

Публикации на темы «Политика», «Экономика», «Общество», «Новости» занимают почти равные доли в общем объеме публикаций. Тема «Культура» находится на втором месте. Таким образом, журнал «Китай» в большей степени ориентирован на распространение актуальной новостной информации и качественной аналитики по общественно значимым темам.

В отличие от журнала «Партнеры», в журнале «Китай» есть рубрика «Политреалии». Другое отличие журнала «Китай» от журнала «Партнеры» заключается в том, что первый в каждом выпуске развивает одну выбранную

тему номера:

- 02-2018: главная тема - о смоге в Китае;
- 12-2017: главная тема – борьба с коррупцией в Китае;
- 10-2017: главная тема – развитие социализма с китайской спецификой.

Отметим, что содержание публикаций в номерах журнала «Китай» делится на три основные группы: развитие экономики Китая в мире; развитие общества Китая, его экономика и культура; отношения Китая с Россией и другими странами, развитие сотрудничества.

Подводя итоги второй главы, выделим сходные черты в редакционной политике журналов «Китай» и «Партнеры»:

- 1) наименования журнала соответствуют содержанию;
- 2) структура журнала хорошо сегментирована по тематике;
- 3) большое количество графических элементов, иллюстраций и фотографий;
- 4) присутствует одна подробная аналитическая публикация;
- 5) в содержание публикаций в номерах два общих блока географического контента: «Китай», «Китай и Россия»;
- 6) публикации освещают экономические, социальные, культурные новости;
- 7) основными рубриками выступают «Новости» и «Общество», наименьшая доля в общем объеме публикаций занята трэвел-журналистикой;
- 8) оба журнала не развлекательного характера;
- 9) совпадают коммуникативные цели и задачи журналов.

При этом различаются главные идеи журналов. В то время как журнал «Китай» направлен на «знакомство со страной Китай», журнал «Партнеры» рассказывает «об обмене между Китаем и Россией». В связи с этим у них разная читательская аудитория. Главная тема номера есть только у журнала «Китай»; в нем также есть рубрика «Политреалии» в отличие от журнала «Партнеры».

3. 2. Редакционная политика журнала «Китай»

Журнал с названием «Китай» вышел в печать в ноябре 2005 года. Он является государственным и публикуется на русском языке. Журнал был представлен торжественно широкой публике 21 декабря 2005 года на территории посольства Китая. Были приглашены такие социально-политические работники, как заместитель руководителя Пресс-канцелярии Госсовета КНР Цай Минчжао, заместитель председателя Совета Федерации России Дмитрий Мезенцев, посол Китая в России Лю Гучан и многие другие. На торжественном событии присутствовало около четырехсот человек, были приглашены китайские русские журналисты.

Как мы писали ранее, цель журнала «Китай» состоит в том, чтобы познакомить жителей России и бывших советских республик с официальной, достоверной информацией о Китае на сегодняшний день. Данное решение не было новаторством, потому что в 1951 году уже выходил такой же журнал с тем же названием, и он пользовался популярностью.

Объем нынешнего журнала составляет 84 страницы, 80–100 тыс. слов и, как правило, в каждом номере представлены до 100 фотографий и рисунков. Тираж выпуска составляет 30 тыс. экземпляров.

Основные рубрики не меняются от номера к номеру — «Тема номера», «Экономика», «Эксклюзив», «Общество», «Молодёжь», «Культура», «Мировое наследие», «Путешествия», «Юридическая консультация», «Китайская медицина» и т.п.

Журнал «Китай» выпускается на территории Китая издательством «Жэньминь Хуабао» под руководством Китайского международного объединения издательств. В качестве научных консультантов приглашены известные в России и за рубежом китаеведы: член Совета Федерации и бывший посол России в Китае И. Рогачев, председатель Общества российско-китайской дружбы М. Титаренко, посол Беларуси в Китае А. Тозик и посол Украины в Китае С. Камышев. Редакция журнала находится в Пекине, а в

Москве, где журнал печатается и распространяется, открыто представительство.

С первого полугодия 2006 г. журнал начал распространяться в России и в столицах стран бывших союзных республик через ЗАО «МК-ПЕРИОДИКА». С мая 2006 г. журнал поступил в розничную продажу на московском рынке печатных изданий, а с 1 июля начал распространяться по подписке через российскую почту. Объем продаж журнала увеличивается с каждым месяцем. В 2007 г. журнал начал распространяться на Дальнем Востоке.

В данном параграфе мы рассмотрим детально редакционную политику журнала «Китай» на примере выпуска за февраль 2018 года. В номер вошло 40 публикаций.

Открывающая статья «Начало нового великого похода в новую эпоху, ведущего к «Китайской мечте» на первой полосе журнала «Китай» размещена на двух страницах с иллюстрацией. Она посвящена поздравительной речи посла Китая в России Ли Хуэя: «В преддверии праздника Весны 2018 г., я от лица всех сотрудников посольства Китая в России поздравляю народы двух стран с наступающим праздником и выражаю наши наилучшие пожелания». Первая полоса сигнализирует читателю о том, что журнал по типу является общественно-политическим, а в центре внимания журнала – мероприятия социальной политики Китая и международного сотрудничества с Россией. Выбор материала позволяет сделать предположение о задачах издания – освещение деятельности Китая как во внешней, так и во внутренней политике, в том числе об международных отношениях с Россией.

Лейтмотив всего журнала задают надзаголовковые рубрики. Российский теоретик С.М. Гуревич пишет об этом так: «... рубрика, которую обычно размещают над основным заголовком или сбоку от него, играет важную роль. Обычно она указывает на раздел или тематический блок газеты (журнала), где

помещают текст или иллюстрацию. Но рубрику используют и для уточнения жанра публикации»⁸².

«Суждения» - первая рубрика, 2 полосы. Отображены мнения эксперта или групповые исследование по вопросам экономики, международных отношений и происшествий.

«Новости» - 7 полос. Охватывает различные сферы деятельности страны Китай, самое интересное и актуальное для аудитории.

«40 лет реформ и открытости» - 1 полоса. Описаны исторические факты страны в социально-экономических отношениях и политическим реформам.

«Политреалии» - 9 полос. Комплексное описание деятельности страны в целом и в частности по международным социально-экономическим отношениям. В данном разделе размещена главная тема номера «Борьба за голубое небо»: взаимосвязанных 7 статей по проблемам и вопросам экологии страны и по мероприятиям направленных для их решения.

«Экономика» - 3 полоса. События и новости, связанные с внутренней ситуацией в стране по экономике, производству и торговле.

«Общество» - 4 полосы. Затронуты стороны жизни общества (населения) страны как медицина, спорт, наука и др.

«Фоторепортаж» - 1 полоса. Дан репортаж с иллюстрациями о культурном мероприятии с элементами интервью.

«Культура» - 1 полоса. Размещена интересная информация о жизни или деятельности китайского народа связанной с культурой, искусством и досугом.

«Путешествия» - 1 полоса. Познавательная информация для туристов о территориях Китая для посещения.

«Калейдоскоп» - последняя рубрика, 5 полос. Развлекательно-юмористическая рубрика. А также размещены различные новостные сводки, перепечатанные с других публикаций.

⁸² Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.:Питер, 2009. – С.157

Проведенный контент-анализ показал, что в среднем нежурналистские материалы занимают 10% от общей площади материалов, размещенных в исследуемых номерах. Среди нежурналистских материалов, размещаемых в газете, можно выделить:

1. Обложка журнала (1 стр.)
2. Анонсы статей на 2-3 полосе газеты (2 стр.)
3. Реклама редакции. 0,3 от объема 2 полосы и 1 стр. рекламный модуль.

В исследуемом номере 2 страницы составил дайджест - перепечатка материалов из других изданий, как правило, общенационального масштаба.

В Таблице 11 представлены результаты контент-анализа, позволившего составить представление о тематических приоритетах редакции:

Табл. 11. Результаты исследования журналистских материалов

Тематическая направленность материалов	Количество(шт)	Доля (%)
Социально-экономическое развитие Китая	2	1
Деятельность администрации, дипломатов, правоохранительных органов	8	6
Финансово-коммерческая деятельность	2	1
Промышленность, экономика, строительство	16	12
Сельское хозяйство	1	0
Реформы, законы	2	1
Международные отношения	10	9
Официальные материалы	9	7
Культура, литература, искусство, традиции	12	10
Образование, просвещение	3	2
Социальное обеспечение	2	1
Торговля, транспорт	8	6
Здравоохранение, медицина	1	0
Культурный досуг, туризм	6	5

История, краеведение	4	3
Природа, экология	11	9
Техника, новые технологии	4	3
Спорт, физкультура	1	0
Литературно-художественные материалы	1	0
Происшествия, мероприятия, событие	10	9
Научные работы	12	10
Другое	3	2
Итого	128	100

Данные Табл. 11 показывают некоторую односторонность в освещении журнала «Китай» жизни страны. Наибольшее внимание уделяется промышленности и экономики (12%). В исследуемом номере журнала 02-2018 всесторонне освещались проблемы экологии: тема выпуска - «Борьба за голубое небо» - была представлена в виде цикла семи статей (9%). Значительное внимание уделяется культуре Китая (10%), научным работам в различных сферах деятельности (10%), международным отношениям (9%), а также происшествиям, мероприятиям и событиям (9%).

Достаточно часто общие статьи в журнале подкреплены официальными данными (7%), в первую очередь здесь подробно описываются статистические факты, материалы в лицах и отклики. 6% статей посвящены деятельности в торговле и транспорте, при этом их деятельность освещается в описательном ключе, глубокий анализ не проводится, Официальные законы и распоряжения в номере достаточно мало – всего 1%.

Еще 6% материалов посвящены деятельности администрации, дипломатов, правоохранительных органов. Мало также материалов по спорту, литературно-художественные материалы, медицина (1 тема посвящена репортажу одного события или интервью с одним человеком). Всего 3% материала было опубликовано на тему техника и новые технологии, столько же - на тему истории, а также образования (2%).

В Табл. 12 мы укрупнили категории и сгруппировали выбранные редакцией информационные поводы по основным форматным направлениям.

Табл. 12. Основные группы публикаций

Аспект темы статей	Количество (шт)	Доля (%)
Информационный	23	33
Экономический	16	23
Политико-управленческий	9	13
Научно-познавательный, культурологический	7	10
Международный	15	21
Итого	70	100

Данные Табл. 12 свидетельствуют, что наибольшее количество материалов в журнале представлено в международном аспекте (33%). Таким образом, можно сделать вывод, что основной своей задачей редакция журнала считается информирование читателей о международных событиях в стране и между странами партнерами. В экономическом и международном ключе представлено 23% и 21% публикуемых материалов. В журнале «Китай» номер 02-2018 также выражены политико-управленческий (13%) и научно-познавательный и культурологический аспект (10%).

Жанры и виды публикации исследуемых материалов представлены в Табл. 13.

Табл. 13. Жанры публикаций

Жанр	Количество, шт.	Доля, %
Заметка, хроникальные сообщения	17	41%
Репортаж	2	5%
Интервью	2	5%
Корреспонденция, статья, комментарий	9	21%

Обозрение	7	17%
Рецензия	1	2%
Круглый стол, дискуссия, прямая линия	1	2%
Жанр трудно определить	2	5%
Итого	41	100%

Анализ данных таблицы 13 показывает, что подавляющее большинство материалов журнала (41%) создается в виде заметок. Такая форма подачи информации используется как для облегчения ее восприятия со стороны читателей, так и для увеличения числа материалов и повышения информативности журнала.

21% материалов представлены в аналитических жанрах: корреспонденция, статья, комментарий. 17 % материалов напечатаны в жанре обозрения – данный вид использован для главной темы номера 02-2018.

Отметим также, что в журнале редко используются такие жанры как репортаж и интервью (по 5%), как правило, данные публикации посвящены культуре и спорту.

Проведенный анализ показал, что журнал «Китай» почти не использует в своих публикациях такие жанровые виды, как круглый стол, дискуссия, прямая линия, фельетон, памфлет и рецензия.

В журнале «Китай» представлен богатый визуальный ряд. Большинство материалов сопровождаются иллюстрацией. Формы публикации отображены в Табл. 14.

Табл. 14. Формы публикаций в журнале "Китай" номер 02-2018

Форма публикации	по страницам, шт.	Доля, %
Текст	11	14%
Фото с подписью	4	5%
Текст с фото или рисунком	63	81%

ИТОГО:	78	100%
--------	----	------

Данные таблицы 14 свидетельствуют, что 81 % материалов журналов в целях наглядности снабжены фотографиями или рисунками. Объем журнала – 80 отпечатанных страниц с цветными иллюстрациями, при чем в некоторых частях журнала наибольшую часть места занимает сам текст, а в некоторых – фотографии и картинки. В целом, по нашим подсчетам, объем текста и иллюстраций – где-то 50% на 50%.

Мы также постарались оценить публикации с точки зрения объективности и оценочности. Результаты анализа представлены в Табл. 15.

Табл. 15. Характер публикаций номера 02-2018 журнала «Китай»

Характер публикаций	Количество, шт.	Доля, %
Фактографический	4	9%
Позитивный	10	24%
Положительный	24	57%
Критический	1	2%
Проблемные	3	7%
ИТОГО:	42	100%

Анализ данных таблицы 15 показывает, что максимальное количество материалов (57%) подается в положительном ключе, что является позитивным фактором в деятельности журнала, свидетельствующем об объективности и беспристрастности работающих в ней журналистов. 24% материалов написаны в позитивном ключе, 2% - в позитивном, но с элементами критики. Отметим, что журнал «Китай» номера 02-2018 описывает экономическую деятельность страны в различных областях знаний в фактографический ключе либо положительно, с элементами критики: из 24 материала, посвященного экономики страны, 22 написаны в положительном с элементами критики ключе и 2 в фактографическом.

Позитивные материалы преобладают среды статей, посвященных отдыху и времяпрепровождению.

Среди негативных материалов преобладают проблемные. Редакция журнала «Китай» указывают различные проблемы и предлагают пути их решения. Особой критике журнал подверг работу про экологические отходы импортом из США в Китай.

В данной главе мы проанализировали и сравнили двух журналов «Китай» и «Партнеры» по три номера. По итогам анализа мы выявили, что оба журнала имеют сходство и различию.

По проведенному контент-анализу номера 02-2018 журнала «Китай» можно сделать следующие выводы:

1. В центре внимания журнала – мероприятия социально-экономической политики Китая и международного сотрудничества с Россией.

2. Выбор материала позволяет сделать предположение о задачах издания – освещение деятельности Китая как во внешней, так и во внутренней политике, в том числе об международных отношениях с Россией.

3. Наибольшее внимание уделяется промышленности и экономики. Всесторонне освещалась такая проблема как «Борьба за голубое небо» состоящая из цикла семи статей. Значительное внимание уделяется культуре Китая, научным работам в различных сферах деятельности, международные отношениям, а также происшествиям, мероприятиям и событиям. В то же время журналов практически не анализируется финансовая жизнь страны, спорт, литературно-художественные материалы, медицина.

4. Максимальное количество материалов подается в положительном ключе с элементами критики, что является позитивным фактором в деятельности журнала, свидетельствующем об объективности и беспристрастности работающих в ней журналистов. Позитивные материалы преобладают среды статей, посвященных отдыху и времяпрепровождению. Среди негативных материалов преобладают проблемные.

Заключение

В последние годы, как в Китае, так и в России, появились огромные изменения во всех областях общества. Система внешней пропаганды Китая в последние годы активно осваивает новые возможности массовой коммуникации для расширения своего присутствия в мировом информационном пространстве. Это проявляется и в развитии китайских СМИ на иностранных языках.

В Китае уже образована широкая структура СМИ на иностранных языках, в частности китайские СМИ на русском языке. Важность русскоязычных СМИ в Китае обусловлена тем, что, с одной стороны, численность русскоязычного населения всего мира уже достигла 260 млн. человек, а с другой стороны, в связи между Китайской Народной Республикой становятся теснее. В связи с этим китайские СМИ на русском языке переживают интенсивное развитие. Появились русскоязычные газеты, журналы, радио, телевидение и разные виды интернет-СМИ, которые позволяют русскоязычной аудитории больше и подробнее узнать о Китае. Китайские СМИ на русском языке также стали неотъемлемой частью стратегии «Выход за рубеж китайской культуры», выдвинутой центральным правительством.

Информационная политика Китая в России имеет те же цели, что и деятельность КНР в других странах: продвигать позитивный имидж Китая и контролировать поступление информации из российских СМИ и интернет-ресурсов. По результатам статистики, в настоящее время в Китае функционирует больше 10 СМИ на русском языке. На русском языке публикуются газеты и журналы, которые адресованы людям, участвующим в развитии российско-китайских отношений, работающим или учащимся в Китае. Международное радио Китая ведет вещание и на русском языке. Агентство «Синьхуа» и Центральное телевидение Китая имеют русскоязычные каналы.

В ходе исследования мы проанализировали и сравнили два журнала «Китай» и «Партнеры». По проведенному контент-анализу можно судить об

их сходствах и различиях. Во-первых, в содержании публикаций лидируют два общих блока географического контента: «Китай», «Китай и Россия». Несмотря на по-разному сформулированные миссии, оба журнала «Китай» и «Партнеры» сходны с точки зрения коммуникативных целей и задач редакционной политики. Они стремятся информировать аудиторию, поднимать и анализировать важные проблемы, привлечь внимание общественности к негативным явлениям, объяснить действия власти, создать положительный экономический и политический образ страны. Наконец, в обоих журналах мы находим богатый визуальный ряд: большое количество графических элементов, иллюстраций и фотографий.

Мы смогли выделить и отличия, во-первых, заключающиеся в главной идее журнала. Журнал «Китай» направлен на «знакомство со страной Китай», журнал «Партнеры» пишет «об обмене между Китаем и Россией», в связи с этим у них разная читательская аудитория. Во-вторых, журнал «Китай» оказался в значительной степени более аналитическим: в нем есть публикации о политике, выделенные в отдельную рубрику, у каждого выпуска есть специальная тема номера.

На примере одного из выпусков мы изучили редакционную политику журнала «Китай». Центром внимания журнала оказываются мероприятия социально-экономической политики Китая и международного сотрудничества с Россией. Выбор материала позволяет сделать предположение о задачах издания – освещение деятельности Китая как во внешней, так и во внутренней политике, в том числе об международных отношениях с Россией. Подавляющее большинство материалов подается в положительном ключе с элементами критики, что является позитивным фактором в деятельности журнала, свидетельствующем об объективности и беспристрастности работающих в ней журналистов. Позитивные материалы преобладают среды статей, посвященных отдыху и времяпрепровождению. Среди негативных материалов преобладают материалы, посвященные конкретным проблемам и применяемым правительством КНР решениям.

Список литературы

1. Бабкина Е.С. Журналистика русского Китая для детей и молодежи (1898-1945 гг.) //Вестник Томского Государственного университета, Филология. – 2017. –Выпуск №47. – С.184-193
2. Ван Сюй. Роль китайских СМИ в формировании политической культуры общества. Диссер. на соискание ученой степени кандидата социол. наук. – СПГУ. – 2016. – С.158
3. Галенович Ю.М. Девиз Ху Цзиньтао: социальная гармония в Китае. М.: Памятники исторической мысли. – 2006. – С.16-19
4. Евдокимов, Е. В. Политика Китая в глобальном информационном пространстве // Международные процессы, 2011. Том 9, № 1. С. 74 – 83.
5. Ибрагимова Г. Стратегия КНР в области управления интернетом и обеспечения информационной безопасности // Индекс безопасности. 2013. № 1 (104). Т. 19. С. 169-184.
6. Иващенко Е.Г. Некоторые аспекты функционирования русскоязычных СМИ в Китае // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества: материалы VI Международной научно-практической конференции (Благовещенск-Хайхэ-Харбин, 16-18 мая 2016 г.). Вып. 6. Отв. ред. Д.В. Буюров, Д.В. Кузнецов. – Благовещенск: изд-во БГПУ, 2016. С. 418-421.
7. Ли Пинъ. Доклад о развитии индустрии периодической печати Китая.- Пекин: 2005 С. 59
8. Лю Ханьянцзы. Внешнеполитический курс современного Китая в отражении национальных СМИ// Век информации: СМИ и внешняя политика Китая : сб. науч. статей № 4 (S1) / ред.-сост. Р. В. Бекуров, Ю. С. Данилова, С. Б. Никонов. СПб. : Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. – С.12-66
9. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.:Питер, 2009. – С.157

10. Монастырева О.В. «Русскоязычные СМИ Китая: история и перспективы развития» [Журналистский ежегодник](#). 2012. № 1. С. 96-99.
11. Попов В.Д. Информациология и информационная политика. М.: Изд-во РАГС–2005. 118с.
12. Тишков В.А. Русский язык и русскоязычное население в странах СНГ и Балтин, доклад на конференции «Русский язык – национальное достояние народов России», ГУ МДН, 2008.
13. У Сюцзюань. У Сюцзюань. Информационное обеспечение политики китайского руководства на рубеже XX-XXI вв. Автореф. дис. ... канд. полит. н. СПбГУ, СПб, 2010. С. 21.
14. Цуй Баого Доклад о развитии индустрии средств массовой информации Китая в 2006 году - Пекин: Изд-во Шехуэй 2006. С.12.
15. Чжан Лигуан Особенности развития журналистики Китая на рубеже третьего тысячелетия : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 Москва, 2006 С.36
16. Чжан Сяокоу. Средства массовой информации и государственная власть// Век информации: СМИ и внешняя политика Китая : сб. науч. Статей № 4 (S1) / ред.-сост. Р. В. Бекуров, Ю. С. Данилова, С. Б. Никонов. -СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций»,2014.
17. 郭可: 《改革开放 30 年来中国对外传播媒体的发展现状及趋势》, 《对外传播》, 2008 年 11 期
18. 中国广播电视年鉴 2011, 作者: 国家广播电影电视总局, 出版社: 中国广播电视年鉴出版社

Список интернет-источников

1. Арефьев А.Л. Российские студенты в китайских вузах // Демоскоп, № 441 - 442 1 - 14 ноября 2010. [Электронный ресурс], режим доступа: URL: http://www.demoscope.ru/weekly/2010/0441/analit03.php#_FNR_5 (Дата обращения: 09.04.2018).
2. Болгов Р. В. Информационные технологии в модернизации вооруженных сил КНР : политические аспекты. [Электронный ресурс], режим доступа: URL: // <http://www.politex.info/content/view/774/30/> (дата обращения: 15.04. 2017).
3. Взгляд из Китая: новый этап сотрудничества СМИ Китая и России // РИА Новости. Россия сегодня. Информационно-политический портал. – [Электронный ресурс], режим доступа: <https://ria.ru/analytics/20150624/1084992693.html> (Дата обращения: 05.03.2018)
4. Взгляд из Китая: новый этап сотрудничества СМИ Китая и России [Электронный ресурс], режим доступа: <https://ria.ru/analytics/20150624/1084992693.html> (дата обращения: 09.10.2017)
5. Воздействие глобализации на коммуникации [Электронный ресурс], режим доступа: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2011/3/filosofiya/ponarina.pdf (дата обращения: 09.10.2017)
6. Грачиков Е. Китай в мировой политике // Геополитика. – [Электронный ресурс], режим доступа: <https://www.geopolitica.ru/article/kitay-v-mirovoy-politike> (Дата обращения: 05.03.2018)
7. Дэнь Иньхуа 2012 年全国报纸出版业主要数据 «中国报业» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTotat-ZGBT201315017.htm> (Дата обращения: 09.10.2017)
8. Журнал «Китай» // Синология. – [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.synologia.ru/catalog-org-59> (Дата обращения: 07.03.2018)

9. Журнал «Партнеры» // Официальный сайт– [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.hbzzs.cn> (Дата обращения: 10.04.2018)
10. Журнал «Контимост» Официальный сайт. – [Электронный ресурс], режим доступа: http://russian.ts.cn/eco/node_20380.htm (Дата обращения: 10.04.2018)
11. Журнал «Дыхание Китая» // Официальный сайт. – [Электронный ресурс], режим доступа: <http://russian.china.com/enterprise/magzine/> (Дата обращения: 10.04.2018)
12. Жэньминь жибао // ИноСМИ. – [Электронный каталог], режим доступа: https://inosmi.ru/people_com_cn/ (Дата обращения: 07.03.2018)
13. Кошурникова Н.А. Особенности информационной политики современного Китая [Электронный ресурс], режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/40188/1/kiis_2016_035.pdf С.279-284
14. Китай и Россия. Азиатское иллюстрированное издание. Официальный сайт. – [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.ruchina.org/china-russia.html> (Дата обращения: 07.03.2018)
15. Лобанова Т. Медиакоммуникации в Китае и России: современные реалии и вызовы // Мой университет. Журнал Тихоокеанского государственного университета. – [Электронный ресурс], режим доступа: http://muniver.khstu.ru/main_page/2014/12/17/mediakommunikacii-v-kitae-i-rossii-sovremennye-rea/ (Дата обращения: 05.03.2018)
16. Мерёкина О. Российские СМИ о Китае в 2017 году // Магазета. – [Электронный ресурс], режим доступа: <https://magazeta.com/2018/01/dygest-2017/> (Дата обращения: 07.03.2018)
17. Международная коммуникация как механизм информационно-коммуникативного воздействия в условиях глобализации [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.my-luni.ru/journal/clauses/34/> (Дата обращения: 09.10.2017)

18. Межъязыковая коммуникация [Электронный ресурс], режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/11840-mezhyazykovaya-kommunikaciya> (Дата обращения: 09.10.2017)

19. Образ России в китайских СМИ (2014–2016). Доклад Совета по СМИ Российско-китайского комитета дружбы, мира и развития // РИА Новости. Информационно-политический портал. – [Электронный ресурс], режим доступа: <https://ria.ru/world/20170911/1499895001.html#1499908932> (Дата обращения: 05.03.2018)

20. Робертс Д. Журнальная лихорадка // Профиль. Деловой еженедельник. – [Электронный ресурс], режим доступа: http://www.profile.ru/lastnews/item/39608-items_1779 (Дата обращения: 06.03.2018)

21. Содружество. Российско-Китайский международный научный журнал. Официальный сайт. – [Электронный ресурс], режим доступа: <http://rf-china-science.ru/> (Дата обращения: 07.03.2018)

22. Средства массовой коммуникации в условиях глобализации [Электронный ресурс], режим доступа: http://www.terrahumana.ru/arhiv/09_01/09_01_12.pdf (Дата обращения: 10.03.2018)

23. Троян И. «Мягкая сила» Китая: культурная экспансия «красного дракона» // ИА Рех. – [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.iarex.ru/articles/52522.html> (Дата обращения: 06.03.2018)

24. Федеральное агентство по туризму. Официальный сайт - [Электронный ресурс], режим доступа: <https://www.russiatourism.ru> (Дата обращения: 06.04.2018)

25. Фонд Общественное Мнение. Официальный сайт. – [Электронный ресурс], режим доступа: <http://bd.fom.ru/pdf/d37rko10.pdf> (Дата обращения: 09.04.2018)

26. Хуаньцю шибао // ИноСМИ. Электронный каталог. – [Электронный ресурс], режим доступа: https://inosmi.ru/huanqiu_com/ (Дата обращения: 07.03.2018)

27. Чэнь Цзунъюй 2015 年全国新闻出版业期刊 [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.ddcpc.cn/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=572&id=82359> (09.10.2017)

28. Шадрина Е. Стратегическое партнерство России и Китая: перспективы развития // Центр стратегических оценок и прогнозов. – [Электронный ресурс] <http://csef.ru/ru/politica-i-geopolitica/416/strategicheskoe-partnerstvo-rossii-i-kitaya-perspektivy-razvitiya-5817> (Дата обращения: 06.03.2018)

29. China collection: китайские научные англоязычные журналы на Elsevier-ScienceDirect // Информационно-сервисный центр. – [Электронный ресурс] http://www.infocenter.nlr.ru/databases/science/eng/china_collection_sciencedirect.html (Дата обращения: 06.03.2018)

30. China Inc. О Китае откровенно. Официальный сайт. – [Электронный ресурс] http://china-inc.ru/news/literatura_i_zhurnalistika_russkoj_emigracii_v_kitae_nachalo_khkh_veka/2014-12-02-105 (Дата обращения: 07.03.2018)

31. Doing business with China. Новые горизонты делового сотрудничества: Россия – Китай // Ведомости. Практика. – [Электронный ресурс] <https://praktika.vedomosti.ru/events/China17> (Дата обращения: 06.03.2018)

Приложение 1. Кодировочные листы

Журнал «Китай»							
Номер 02-2018 Название статей	Россия	Китай	Россия и Китай	русские в Китае	китайцы в России	Китай и другая страна	и др.
Кто мешает стабильности в Южно-Китайском море		0			0	1 (Китай и США)	
Движущие силы, позволяющие избежать ловушки среднего дохода		1			0	0	
Всесторонний запрет импорт "иностранного отходов"		1			0	0	
Китай - крупнейший в мире рынок мобильных игр		1			0	0	
Лю Хэ вступил в Давосе (короткая новость)		1			0	0	
В Китае в самолётах разрешили пользоваться телефонами (короткая новость)		1			0	0	
Стартуют Годы регионального сотрудничества Китая и России (короткая новость)		0			0	0	
Ледовое шоу в императорской резиденции (короткая новость)		1			0	0	
Первый участок авторассы, покрытой солнечными панелями (короткая новость)		1			0	0	
Юность всегда красива		1			0	0	
Первые шаги политики реформ и открытости		1			0	0	
Открыть новую эпоху Китайско-российских отношений		0			0	0	
Дружба, не знающая границ		0			0	1 (Китай и Беларусь)	
От смога до голубого неба		1			0	0	
Выбор на новом этапе		1			0	0	
Новый транспорт - новая экология		1			0	0	
Сеть по предотвращению смога и контролю над ним		1			0	0	

Новый эффективный способ защиты окружающей среды		1			0	0	
Новая цель и новый вызов		1			0	0	
Стремление к прогрессу в условиях стабильности		1			0	0	
"Пояс и путь" в цифрах		0			0	1 (Китай и страны вдоль "пояса и путь")	
Бум сельской интернет-торговли		1			0	0	
Отважный покоритель морских глубин		1			0	0	
Золотые руки и доброе сердце народного врача		1			0	0	
Кондиционирование: на стыке традиций и современности		1			0	0	
Как научиться разглаживать гриву дикой лошади		0			0	0	
Шоколадный фонлан в китайском стиле		1			0	0	
Новая эпоха, новое развитие и новое будущее		1			0	0	
Кистью передавать пульс времени		1			0	0	
Тысячелетний культурный городок		1			0	0	
Идиомы, отражающие диалектическое мышление		1			0	0	
Февраль: празднование нового года по лунному календарю		1			0	0	
Хозяин Янцзы - Китайский речной дельфин		1			0	0	
Легенда о чудовище нянь		1			0	0	
Международный марафон ШОС в Куьмине(короткая новость)		1			0	0	
Китай и Росси завершили Годы обменов в области СМИ (короткая новость)		0			0	0	
По случаю праздника Весны в посольстве КНР в РФ собрались китайские студенты (короткая новость)		0			1	0	

Книга для бизнеса, работы и жизни (короткая новость)		0			0	1 (Китай и Украина)	
Встреча с представителями СМИ (короткая новость)		0			0	1 (Китай и Таджикистан)	
Мероприятие, посвященное 80-летию Эдуара Успенского (короткая новость)		0			0	0	
Всего 40 статьи	=2.5%	2	=7.5%	=2.5%	1	5=1 2.5%	
Номер 12-2017 Название статей	Россия	Китай	Россия и Китай	русские в Китае	китайцы в России	Китай и другая страна	и другие
Китай совместно с остальным миром будет создать прекрасное будущее		0			0	1 (Китай и АТЭС)	
Инициатива «пояс и путь» создает новую платформу международного сотрудничества		1			0	0	
Развитие Китая с глобальной точки зрения		1			0	0	
Шоу Victorias Secret в Шанхае (короткая новость)		0			0	0	
В Китае самолет заправился биотопливом (короткая новость)		1			0	0	
КНР проложила второй нефтепровод из РФ (короткая новость)		1			0	0	
Китай помог Беларуси сделать собственный легковой автомобиль (короткая новость)		0			0	1 (Китай и Беларусь)	
Удобно и экологично (короткая новость)		1			0	0	
Традиционный танец соломенного дракона (короткая новость)		1			0	0	
Отношение китайцев к отечественному кино		1			0	0	

«История Китая» в 10 томах – новый труд российских учебных		0			0	
Формирование стабильных и сбалансированных отношений между крупными державами		0			1 (Китай и Россия и США)	
Проблемы торгово-экономического сотрудничества между Китаем и США		0			1 (Китай и США)	
Новые горизонты и новые вызовы		0			0	
Второй том книги «Си Цзиньпин о государственном управлении»		1			0	
Поставить власть под контроль		1			0	
Новое оружие в борьбе с коррупцией		1			0	
Комиссия по борьбе с коррупцией		1			0	
Преодолеть влияние закона цикличность истории		1			0	
Участник, вкладчик и направляющая сила		0			0	
Пять главных выводов		1			0	
Дело народа – смысл китайских преобразований		1			0	
Китайско-российское сотрудничество в рамках создания широкофюзеляжного самолёта		0			0	
Новый выбор для туристов		1			0	
Поделиться с миром шансом		1			0	
Молчаливый соратник		1			0	
Село, похожее на мегаполис		1			0	
Возрождение в условиях конкуренции		1			0	
Память о Китае, воплощенная в скульптурах		0			1 (Китай и Беларусь)	
Бочжоу станет мировой столицей китайской фармакологии		1			0	

Новая жизнь древней музыки		1			0	0	
Древний город хэфэй		1			0	0	
Фразеологизмы об отборе кадров		1			0	0	
Середина зимы		1			0	0	
Черный чай и его ярчайший представитель «пуэр»		1			0	0	
Кулинарный блокнот – «рис , тушеный с картофелем»		1			0	0	
В Москве прошел прием для любителей китайской живописи (короткая новость)		0			0	0	
Шанхай, Тяньцзинь и Пекин провели поэтический флэшмоб, посвященный 135-летию со дня рождения Якуба Коласа (короткая новость)		0			0	1 (Китай и Беларусь)	
Китайско-украинская художественная выставка «Встреча на Днепре» (короткая новость)		0			0	1 (Китай и Украина)	
Конкурс по русскому языку (короткая новость)		1			0	0	
Всего 40 статьи		2 7=67.5%		=10%	0	7=1 7.5%	=5%
Номер 10-2017		К				Кит	
Название статей	Россия	Китай	Россия и Китай	русские в Китае	китайцы в России	Китай и другая страна	и др.
Необходимо в полном объеме выполнить резолюцию ООН		0			0	1 (Китай и ООН)	
Объективно относиться к понижению кредитного рейтинга		1			0	0	
Потускневшие иностранные бренды		1			0	0	
Стартовал второй этап китайско-российских учений (короткая новость)		0			0	0	
Китай запустит новый сверхскоростной поезд (короткая новость)		1			0	0	
В Китае в возрасте 37 лет скончалась знаменитая панда Басы (короткая новость)		1			0	0	

В китайско-российском университете начался первый семестр (короткая новость)		0			0	
Дорога в форме волны (короткая новость)		1			0	
Потребление студентов вузов		1			0	
«Сестрицы с севера»		1			0	
Вера в систему с китайской спецификой		1			0	
Ответственность великой державы		1			0	
Мирный рынок		0			0	
Сообщество единой судьбы		1			0	
Рай для инноваций		1			0	
Глобализм с китайской спецификой		1			0	
За странами БРИКС будущее		0			0	
Перспективы БРИКС		0			0	
Опыт Китая для стран БРИКС		1			0	
Растущее влияние БРИКС		0			0	
Создать привлекательный инвестиционный климат		1			0	
Выход китайских велосипедов за рубеж		1			0	
«Быстрая мода»		1			0	
Обратно в природу		1			0	
Китайский путешественник на древнем шелковом пути		1			0	
Ценность идей Лао-Цзы и Чжуан-Цзы в современную эпоху		1			0	
Китайская поэзия с русской душой		0			0	
Шелковый путь и мировая цивилизация		1			0	
Прекрасная родина народности Мяо		1			0	
Об истинном таланте и настоящей эрудиции		1			0	
Конец осени и начало зимы		1			0	

Белый чай		1			0	0	
Кулинарный блокнот – «Свинина с ароматом рыбы»		1			0	0	
Российско-китайский форму по сотрудничеству (короткая новость)		0			0	0	
В Москве конференция “один пояс и один путь” новая опора российско-китайского партнерства” (короткая новость)		0			0	0	
Марафон “Москва – Пекмн: навстречу будущему!” (короткая новость)		0			0	0	
Всего 36 статьи	=2.8%	25=69.5%	=11.1%	=5.5%	0	1=2.8%	=8.3%
	Россия	Китай	Россия и Китай	русские в Китае	китайцы в России	Китай и другая страна	и другие
Заключение: Три номера = 116 статьи	=1.7%	81=69.8%	1=9.5%	=2.6%	1=0.9%	13=11.2%	=4.3%
Журнал «Партнеры»							
Номер 02-2018 Название статей	Россия	Китай	Россия и Китай	русские в Китае	китайцы в России	Китай и другая страна	и другие
В Китае появилась первая в стране лабораторию четвёртого уровня по биологической безопасности (короткая новость)		1			0	0	
Ароматические лечебные Саше (короткая новость)		1			0	0	
Китай продвигает АЕТ онлайн обучение (короткая новость)		1			0	0	
В Китае открылся первый отель из льда и снега (короткая новость)		1			0	0	
Переход с НПД на НДС – реальная экономия предпринимателей (короткая новость)		1			0	0	
Экстремальный заплыв по реке Хуанхэ (короткая новость)		0			0	0	

10 Важные события в Китае 2018 года		1			0	0	
Мечты и чаяния простых китайцев в новом году		1			0	0	
Таксист Сун Лимин: гордость за свою страну и удача простого китайца		1			0	0	
Эксперт Чэнь Тяньэнь: инновации приводят в действие модернизацию		1			0	0	
Китайские оригинальные книги для детей выходят на зарубежные рынки		1			0	0	
В 2019 году Китай запустит связь 5G		1			0	0	
Письмо Си Цзиньпина китайским студентам, обучающимся в России		0			1	0	
Сотрудничество городов-побратимов Ичуня(КНР) И Биробиджана (РФ)		0			0	0	
Спектакль "жди меня, и я вернусь" покорила Пекин		0			0	0	
Тепло души согревает в зимние холода		1			0	0	
6 туристических маршрутов "по следам символов Китая"		1			0	0	
90 лет любви к своей родине и народу, неустанные поиски истины, добра и красоты		0			0	0	
Студентка-россиянка Виктория: меня поразили радушие и приветливость китайцев		0			0	0	
Жизнь после праздничного отдыха		1			0	0	
Вывод (Всего 20 статьи)	=5%	14=70%	=10%	=5%	=5%	10	=5%
Номер 12-2017		К			К	Кит	
Название статей	Россия	итай	Россия и Китай	русские в Китае	итайцы в России	ай и другая страна	ир
Встреча председателя КНР Си Цзиньпина и Президента РФ В. В. Путин (короткая новость)		0			0	0	

Онлайн-диалог премьер-министра РФ Д. А. Медведева с китайскими интернет-пользователями (короткая новость)		0			0	0	
80 лет всекитайской ассоциации журналистов (короткая новость)		1			0	0	
Китай стал крупнейшими рынком логистических услуг (короткая новость)		1			0	0	
Адресная помощь бедным дворам (короткая новость)		1			0	0	
Отчет о достижениях		1			0	0	
В. В. Путин: Выступление лидера КНР на съезде КПК говорит об устремленности Кита в будущее		0			0	0	
Посол КНР в РФ Ли Хуэй: 19 съезд КПК указал направление развития китайско-российских отношений		0			0	0	
8 «Красных конвертов» для народа! опубликован доклад 19 съезда КПК		1			0	0	
На работу вышел робот		1			0	0	
Китайцы инвестируют в районе прибайкалья		0			0	0	
Уголок Москвы в сердце Пекин		0			0	0	
Ли Нин: путь от «короля китайской гимнастики» до бизнес-гиганта		1			0	0	
Знания – достижения жизни человека		1			0	0	
Заповедник Санься на реке Янцзы		1			0	0	
50-летняя московская телебашня-красавица		0			0	0	
Андрей Мун: «общественная работа – моя жизнь»		0			0	0	
Китайский батик – проверенная временем красота		1			0	0	
Полезные традиционные китайские десерты		1			0	0	

Лучше зимние виды спорта для детей		1			0	0	
Вывод (Всего 20 статьи)	=5%	2=60%	=25%	=10%		0	
Номер 10-2017 Название статей	Россия	Китай	Россия и Китай	русские в Китае	китайцы в России	Китай и другая страна	и другие
19-ый съезд КПК начинается 18 октября (короткая новость)		1			0	0	
Цветы вокруг нас (короткая новость)		1			0	0	
Сайт Российского МИДа на китайском языке (короткая новость)		0			0	0	
13-летняя студентка медицинского институт (короткая новость)		1			0	0	
Один тур маршрут на три страны (короткая новость)		0			0	1 (Китай и Россия и Монголия)	
Холостяк не пустяк (короткая новость)		1			0	0	
Сямэньский саммит – передача эстафеты в будущее		0			0	0	
Новая движущая сила «интеллектуальные изменения» привели к «качественным изменениям» традиционной промышленной отрасли		1			0	0	
Трансграничность – компании говорят об интеграции		1			0	0	
Город Шэнцзянь: чудо инноваций особым способом		1			0	0	
Китайско-российское сотрудничество – важный фактор мира и стабильности на планете		0			0	0	
Визит Чжан Цинвэя на дальний восток России		0			0	0	
«Четыре новых изобретения» современного Китая		1			0	0	
Уезд Маян – родина долгожителей		1			0	0	

Островной туризм: остров обезьян на Хайнане		1			0	0	
Российская «эварика» в Китае		0			0	0	
«Мой дух с моим телом мечтою скреплен»		0			0	0	
Танец – душа народа		1			0	0	
Гимнастика Тайцзи на каждый день		1			0	0	
Символ Счастья – лунный пряник		1			0	0	
Вывод (Всего 20 статьи)	=10%	3=65%	=10%	=5%	0	1=5%	=5%
	Россия	Китай	Россия и Китай	русские в Китае	китайцы в России	Китай и другая страна	и др.
Заключение: Три номера = 60 статьи	=6.7%	3=65%	=15%	=6.7%	=1.7%	1=1.7%	=3.3%